



# Beijing Consumers

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任

北京

# 消费者

2017  
12  
总第 63 期



## 北京市消协发布 儿童爬行地垫比较试验结果

P21 部分电商平台“双11”虚构原价

P31 警惕美容美发店这些套路

P42 消费者如何规避装修“三大坑”



# 中消协领导到北京调研



栗元广详细了解基层消协工作情况



平谷区消协调研座谈会



深入了解基层消协有关情况

12月8日，中国消费者协会副秘书长栗元广在市消协副会长兼秘书长杨晓军陪同下到通州区、平谷区消费者协会调研。栗元广秘书长一行参观了通州、平谷两区消费者协会的办公环境，对两区消协的组织机构、办公现状、履职情况、消费教育和工作创新等情况进行了详细了解。

杨晓军秘书长就近年来北京市消协系统的人员结构、理事会换届情况及亮点工作向栗元广副秘书长做了汇报。杨晓军秘书长表示，近年来，全市消协系统的人员结构进一步优化，消协组织的工作水平进一步提升。特别是今年市消协理事会换届后，各区消协的换届工作有序推进，各级消协组织与工商等有关部门配合程度明显加强，更好地实现了行政与社会对接。明年北京市各级消协组织要以反奢侈浪费为教育基点，以企业诚信经营为引导方向，加大消费教育力度，重构消费教育理念，通过积极倡导行业自律等措施，督促引导企业主动化解消费纠纷，强化基层微循环，降低行政投诉率，优化现有行政资源投入。调研期间，通州工商分局局长高树田、副局长鲁嵩，平谷工商分局副局长马晓勇分别就本区消协的组织构架、办公设备、基本现状及本区消费维权工作情况向栗元广副秘书长做了详细汇报。

栗元广副秘书长对北京市消协及通州、平谷两区消协的工作给予了充分肯定，并对北京市各级消协组织的下一步工作提出了具体要求：一是明确消协组织自身定位，深刻认识消协组织的法定职责，充分发挥好公益性社会组织作用；二是要深入学习领会党的十九大精神，用实际行动宣传贯彻十九大思想、理念和精神实质；三是要主动作为，抓住群众关心的热点、难点问题，做好消费维权工作，实实在在地为百姓谋利益。四是要加强队伍能力建设，提高政治素质、业务素质 and 道德操守，适应新形势、新要求，不断增强消协组织的公信力、影响力和权威性，切实维护好消费者合法权益。



# Prologue

## 卷首语

### 违规搭售成风，谁来为消费者撑腰

携程捆绑销售酒店优惠券、贵宾通道、景点门票等增值服务，经过多次曝光，估计大家都知道了。但是，很多人可能不知道，携程上面卖的保险也有猫腻，前两天被上海保监局给罚了40万元。

这么干的还不止携程，其他在线旅行服务平台也存在类似潜规则。哪怕是携程挨罚后，同程旅游网、去哪儿在机票等销售结算环节，仍然默认勾选了航空意外险、延误险等选项。说到这，大家估计都想起来了，原来这里头也有套路啊。

许多旅客买机票的同时会买保险，所以可能没注意这一块。但是，对那些有所取舍的消费者，这就是一件让人崩溃的事情。携程倒也不是没有相关资质，而是没有明确列出承保主体和代理销售主体，也没有具体披露消费者所投保的保险产品适用哪家公司条款及相应备案号。这也是保监部门对携程作出行政处罚的原因。这实际上剥夺了消费者的知情权和选择权。

在线平台这么做，背后的原因在于：一方面，由于各大航空公司自行开通网上购票渠道或拓展代理渠道，机票销售本身已经没有利润，甚至还得倒贴，这迫使在线平台挖空心思将流量导向能生财的增值服务；另一方面，不显示相关承保主体等信息，“有利于”在线平台垄断话语权，在利润分成中占主导地位。实际上，别看保险没多少钱，利润却非常高，而在在线平台甚至从中可以分走6成以上利润。在强大的利益诱惑面前，在线平台漠视消费者权益，刻意隐瞒相关信息，也就不奇怪了。

一般这时候，我们都会把原因归咎于监管不到位。这么说倒也没错。你看各大在线旅游服务平台搞捆绑销售，那么长时间内也没有引起监管部门的重视。就算消费者投诉那么多，各大平台依然我行我素，并不真正放在心上。到了监管部门出手，平台也没见受什么严厉处罚，依然闪闪躲躲，变着戏法继续给消费者挖陷阱。要说这些套路是潜规则也很勉强，因为谁都可以登录平台，也都可以发现这些消费陷阱。所以只能说，监管总是会存在滞后，而不能及时高效地处理问题。

这也是因为消费者维权的力量不够强大所致。且不说许多人不会因为被误导购买保险而去投诉平台，就算投诉了，能不能得到满意答复还是未知数，至于能否彻底解决某个问题，很多时候还要碰运气。事实上，许多较真的消费者一想到要为几十块钱的保险，找平台投诉，打消协投诉电话，已经先行气馁了。这说明，当下的消费者保护机制过于繁琐，既挫伤了消费者维权积极性，也是在客观上保护了平台的利益。这样并不利于消费者力量的发展和壮大。

当然，这并不止是在线旅游服务平台存在的问题，在国内许多消费领域都发生了类似现象。所以，在加强监管的同时，若能够从机制体制上鼓励消费者维权，特别是鼓励消费者针对行业违规违法现象进行集体维权，定能有效杜绝这些消费陷阱。试想，如果消费者在掌握充分证据的情况下，可以方便地对商家发起巨额索赔，而且胜券在握，这些商家还敢这么嚣张吗？（钱江晚报）

魏英杰



# CONTENTS 2017年12月 BEIJING CONSUMERS

## 目录



**权威发布**  
Authoritative release

## P09 北京市消协发布轮胎比较试验结果

测试结果显示，本次测试所有轮胎样品均符合国家标准要求，能保证车辆的正常安全行驶，每条轮胎的性能侧重点不同。相对而言，国内品牌相对性价比更高，使用成本远低于国际大品牌。高价格不等于高性能，低价格不等于低性能。

### 卷首语 Prologue

01 违规搭售成风，谁来为消费者撑腰

### 权威发布 Authoritative release

04 北京市消协发布  
儿童爬行地垫比较试验结果

09 北京市消协发布  
轮胎比较试验结果

### 热点关注 Hot Concern

18 中消协约谈7家共享单车企业  
建议免押金租车

20 《网络交易违法失信惩戒暂行办法》  
征求意见

21 部分电商平台  
“双11”虚构原价、先涨后降

22 拥堵时段停车收费或将高于空闲时段

23 老旧小区引入物业管理  
居民可“先尝后买”

24 本市3.5万套共有产权房待申购

25 北京市司法局出台  
26项便民举措为老服务

### 消费时评 Consumer Commentary

26 老人旅游收年龄附加费？违法

27 免押金是共享经济成熟的标志

28 “海淘”药品是拿生命开玩笑

29 别让食品干燥剂成“定时炸弹”

### 消费提示 Consumer Tips

30 消费有风险 单方毁约可维权

30 出游有猫腻，消费陷阱要当心

31 警惕美容美发店这些套路

32 网红店套路深：  
消费者不要盲目跟风 监管莫放松

32 当心商家在购物小票上做文章

33 勿随意扫码领网络促销红包

34 谨防网购陷阱

34 网络小额贷款业务风险提示

35 警惕商家推销时的“免费组合拳”

### 消费课堂 Consumer Class

36 选择空气净化器  
专家告诉你窍门

37 消费者如何选购牙膏

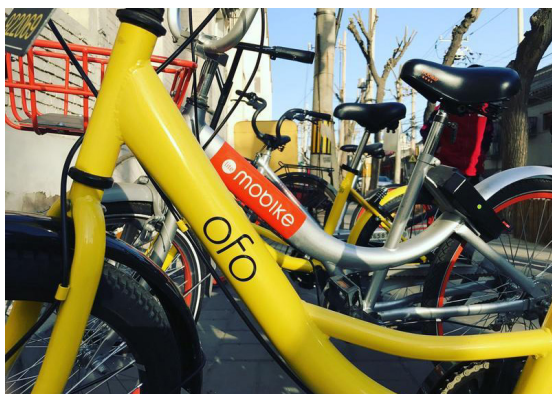
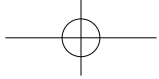
38 学几招挑出好挂面

39 专家教你看懂化妆品成分表

40 海淘美白丸真能让你由内而外地白吗

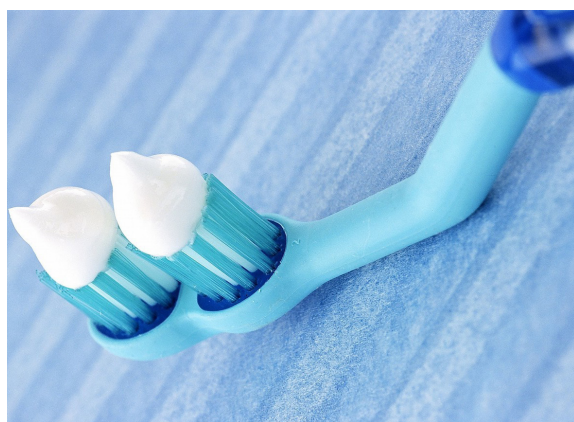
42 消费者如何规避装修“三大坑”

44 “一经售出概不退款”  
霸王条款如何破解？



## P18 中消协约谈7家共享单车企业

12月5日，中国消费者协会在京召开共享单车企业公开约谈会，就消费者普遍关心的押金和预付金存管、车辆投放与运维等问题，约谈了摩拜、ofo、永安行、优拜、哈罗单车、拜客出行、小蓝等7家共享单车企业。



## P37 消费者如何选购牙膏

大部分口腔问题是由细菌引起的，人体口腔分泌的唾液具有杀菌功能。在白天，唾液分泌量是晚上的3—4倍，容易抑制细菌产生。因白天进食多，口腔内易残留食物残渣。所以，白天所用的牙膏应该注重清洁功能，去除异物和异味，提高牙龈组织的抗病能力。

《北京消费者》由北京市工商行政管理局主管、北京市消费者协会主办。刊物以报道消协动态、宣传消法、监督消费、引导消费为目的；以全面报道北京市消协系统动态、向消费者介绍选择鉴别商品的实用知识和方法为主要内容。

面向市消协系统、理事成员、社会组织及广大消费者免费赠阅。

Beijing Consumers

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任

北京 消费者

2017  
12

总第63期

- 主管** 北京市工商行政管理局
- 主办** 北京市消费者协会
- 编委会主任** 方葆青
- 主编** 杨晓军
- 副主编** 罗刚 屈鹏
- 编委** 崔倩 陈凤翔 赵祖升 李蕊  
李焱 王兆泰 赵元东 刘博  
任军 顾飞 曹桂利 杨立生  
李化军 张克 赵伟春 李新宇  
黄振 李瑞强 张海东 阎大海  
何文军
- 执行主编** 陈音江
- 采编部主任** 李君
- 执行编辑** 陈亮 刘海宏 舒畅 赵丽
- 图片摄影** 杨连一 杜颖
- 美术编辑** 郝雪莲
- 封面题字** 中国社会科学院院长、党组书记、  
学部主席团主席  
王伟光
- 编辑出版** 北京中轻热点文化传播有限公司
- 数据支持** 北京金鼎影响力市场调查中心
- 法律顾问** 北京中银律师事务所 葛友山  
北京汇佳律师事务所 邱宝昌  
北京华烨律师事务所 陈玉龙  
北京常鸿律师事务所 常卫东
- 市消协地址** 北京市西城区莲花池东路102号天莲大厦
- 邮编** 100055
- 咨询投诉电话** 96315
- 邮箱** bjxiaoxie@sina.com
- 编辑部地址** 北京市海淀区西三环北路72号  
世纪经贸大厦B座2702室
- 邮编** 100037
- 电话** 010-88820877
- 网址** <http://www.bjxf315.com>
- 邮箱** bjxfz315@126.com

2017年 第12期 (总第63期)

京内资准字1516—L0060号

内部资料 免费交流



权威发布

Authoritative release

# 北京市消协发布 儿童爬行地垫比较试验结果



儿童爬行地垫是儿童及婴幼儿常用的辅助运动玩具，不仅防水防潮，而且材质柔软，有助于防止宝宝爬行、学步时可能发生的对头部、膝盖等造成的损伤，鲜艳的颜色和图案也有助于刺激婴幼儿的视力及大脑发育，因此，儿童爬行地垫越来越受到家长和早教机构的青睐。目前市场上地垫产品品牌众多，且式样相似、价格相差悬殊，普通消费者无从选择。为了解儿童爬行地垫产品的质量状况，引导消费者科学理性消费，北京市消费者协会对市场上销售的爬行地垫产品进行了商品比较试验。

## 一、试验样品及来源

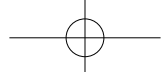
本次比较试验的样品由北京市消费者协会工作人员以普通消费者的身份从北京金源燕莎店、易初莲花（金源店）、北京物美超市华天店、玩具反斗城（北京金源店）、乐友婴童（四季青店）、长安商场、家乐福超市马连道店、新中国儿童用品商店等实体店铺及淘宝网、天猫商城、京东商城、苏宁易购、亚马逊等电商平台随机购买，涉及北京、山东、浙江、江苏、广东、福建等地生产32个品牌的35种爬行垫商品。其中，儿童拼接式地垫18种，儿童整体地垫17种；实体店购买15种，电商平台购买20种。本次比较试验儿童爬行地垫样品价格最高的产品单价692元/件，价格最低的产品单价12.38元/件，价格相差

超过50倍。

注：本次比较试验涉及标称生产企业为杭州伟天包装制品有限公司的5个品牌的样品，据该公司回复，其仅为这5个品牌的基料供应商，不涉及印刷及裁切等加工工艺。

## 二、测试标准及项目

目前，在我国大陆地区还没有相应的专门针对于儿童爬行地垫的产品标准，市场上的产品大都采用玩具安全相关标准或各自的企业标准作为执行标准。买样过程中发现少部分商品无明示执行标准。由于爬行地垫的使用者大多为儿童及婴幼儿，为了使消费者全面了解爬行地垫的性能，本次比较试验采用玩具安全相关标准，对所有样品的相关性能进行测试和横向比较。比较试验样品委托深圳市英柏检测技术有限公司，依据GB 6675.1-2014《玩具安全第1部分：基本规范》、GB 6675.2-2014《玩具安全第2部分：机械与物理性能》、GB 6675.3-2014《玩具安全第3部分：易燃性能》、GB 6675.4-2014《玩具安全第4部分：特定元素的迁移》、欧盟REACH法规SVHC高关注度物质等对所购样品的使用说明、机械与物理性能、易燃性能、特定元素的迁移、邻苯二甲酸酯、甲酰胺和总挥发性有机物等指标进行测试。测试结果仅对购买的样品负责。



### 三、测试结果

经测试，35种样品中有15种样品机械与物理性能未达到相关标准要求，10种样品使用说明存在问题，部分样品甲酰胺含量较高，大部分样品测出挥发性有机物，存在安全风险。具体如下：

#### 1、产品使用说明

爬行垫产品使用说明是用于识别产品及其质量、体现产品特征、使用方法和注意事项的重要途径。其主要表现形式是标识和警示语，可以给消费者提供合适的信息：产品信息（如在产品上或包装上）、开始使用前的提示（如在说明书上）及每次使用前的提示（如产品上的标识）。尤其是警示语，对儿童在使用爬行垫以及家长在挑选相关产品时有警示作用，可以引导消费者的正确购买以及提醒消费者安全使用，是爬行垫产品中必不可少的文字内容。本次比较试验按照GB 6675.1-2014《玩具安全第1部分：基本规范》等相关标准要求对儿童爬行地垫的使用说明进行测试，发现35种儿童爬行地垫中有10种使用说明存在问题。主要问题是未标注产品标准，未标明玩具所适用的年龄范围，缺少相关的警示标志或警示说明，或安全警示的标注要求及表述方法不符合标准要求等。爬行垫产品使用说明不规范，消费者在使用相关产品时会有许多意想


不到或注意不到的地方，容易给消费者造成不必要的麻烦甚至伤害。

#### 2、机械与物理性能

GB 6675.2-2014《玩具安全第2部分：机械与物理性能》中对玩具的结构特征，包括形状、尺寸、轮廓、间隙及相关产品的参数有具体要求。3岁及以下儿童对于把东西塞入口中具有强烈的倾向性。因此，相关标准都禁止该年龄段的儿童玩具含有小零件。对于3岁以上的儿童，把非食物的物体塞入嘴巴的情况已不常见，但仍存在着一定的可能性，所以标准允许该年龄段的儿童玩具存在小零件，但必须标注警示说明来提醒监护人的注意；包装塑料袋平均厚度太小，塑料薄膜容易粘附于儿童口鼻，存在引起窒息的危险。经测试，35种儿童爬行地垫样品中有15种样品机械与物理性能不符合标准要求（表1），主要表现在有可拆卸或易脱落的小零件，部分产品含有小零件却无相关警示语或警示语不符合标准要求，包装塑料袋平均厚度小于0.038mm（标准要求），玩具袋封口方式、绳圈周长不符合要求等。垫子边角、拉链头等在规定拉力下被拉掉，产生小零件，如不慎被放入口中有可能造成婴幼儿的窒息，引起安全事故。

表1：15种机械与物理性能不符合标准要求的样品

序号	购买地点		售价(元)	标称生产企业	标称商标	标称规格	标称货号/款号	机械与物理性能
1	京东商城	贝博氏自营旗舰店	69	杭州伟天包装制品有限公司	贝博氏	60cm*60cm*2cm±6片	WTKT030	垫子边角在拉力测试小于70N力被拉掉，是小零件
2	苏宁易购	临沂鲁君爱因诗母婴玩具专营店	59	奥光集团有限公司	智立方	200*180*0.5cm	NO.AG1001	拉链头在拉力测试小于70N力被拉掉，是小零件
3	亚马逊	自营	288	北京京通荣达贸易有限公司	STALON	150*200*1.0CM ±3%	SD006/007	在25N拉力下绳圈周长应小于360mm。由不透气的材料制成的玩具袋开口周长大于360mm，则不应用抽拉绳作为封口方式
4	天猫商城	星期八母婴旗舰店	86	三斯达(福建)塑胶有限公司	星期八 eight-day	未标注	未标注	产品含有小零件，包装上无小零件警示语
5	天猫商城	南极人童娃专卖店	69	青岛爱可斯家居用品有限公司	南极人	未标注	N5Q5T81193	拉链头在拉力测试小于70N力被拉掉，是小零件
6	京东商城	皇家之星专营店	42	昆山皇家之星婴童用品有限公司	皇家之星	200*180*0.5CM	X310	拉链头在扭力测试中被扭掉，是小零件。拉链头金属环在拉力测试中被拉掉，是小零件
7	天猫商城	BABYGREAT官方旗舰店	99	北京優貝特商贸有限公司	BABY GREAT	31.5*31.5*1.4(±0.1)cm/9片装	GB-3265J	产品含有小零件，包装上小零件警示语年龄不符合标准要求，正确应为：不适合三岁以下儿童使用

8	淘宝	小猫快跑婴童店	39	未标注	小猫快跑	未标注	未标注	透明塑胶袋平均厚度小于0.038mm
9	天猫商城	南极人童娃专卖店	79	青岛爱可斯家居用品有限公司	南极人	未标注	N5Q5T81483	拉链头在拉力测试小于70N力被拉掉,是小零件
10	苏宁易购	贝瓦旗舰店	79	南通明德塑胶有限公司	贝瓦 BEVA	约30*30*1.0cm	6951987013436	垫子边角在拉力测试小于70N力被拉掉,是小零件
11	苏宁易购	网童奇贝旗舰店	39	杭州伟天包装有限公司 	网童奇贝	未标注	未标注	垫子边角在拉力测试小于70N力被拉下,是小零件
12	玩具反斗城(北京金源店)		148	杭州伟天包装制品有限公司	迪士尼 Disney	200CM*180CM*1CM	WTDN008	塑胶拉链头在拉力测试小于70N力被拉掉,是小零件
13	新中国儿童用品商店		129	汕头市华婴家居用品有限公司	华婴	160*100*0.6cm	6953008004058	透明塑胶袋平均厚度小于0.038mm
14	北京金源燕莎店		499	徐州美狮宝婴儿用品有限公司	美狮宝	2000*1500*8(mm)	7765	拉链头在扭力测试中被扭掉,是小零件
15	易初莲花(金源店)		69	临沂市罗庄区罗西塑料制品厂	天利	600mm*600m*10mm	3600-C	垫子边角在拉力测试小于70N力被拉掉,产生小零件,包装上无小零件警示语

### 3、易燃性能、特定元素的迁移、增塑剂

GB 6675.3-2014《玩具安全第3部分：易燃性能》中规定了对所有玩具类产品上禁止使用的易燃材料的类别及某些可能接触小型火源的玩具的易燃性能要求。经测试，35种儿童爬行地垫样品易燃性能检测结果均符合标准要求。

特定元素的迁移是指相关产品材料中可以在某一特定条件下迁移出来的那部分重金属，重金属中毒是通过长期接触有毒物质积累而成，属于隐性的慢性伤害，容易被忽视，但对健康的危害历时更长、后果更加严重。GB 6675.4-2014《玩具安全第4部分：特定元素的迁移》中规定了玩具材料和部件中可迁移元素锑、砷、钡、镉、铬、铅、汞和硒的最大限量要求。经测试，35种儿童爬行地垫样品可迁移元素均符合标准要求。

邻苯二甲酸酯是目前使用最广泛、品种最多、产量最大的一类增塑剂，常被应用添加于高分子塑胶产品的生产，对人体造成危害。GB 6675.1-2014《玩具安全第1部分：基本规范》中对相关产品中的邻苯二甲酸酯类物质的限量有具体要求。经测试，35种儿童爬行地垫样品邻苯二甲酸酯含量全部符合标准要求。

### 4、有害物质

本次儿童爬行地垫比较试验中有害物质测试包括甲酰胺和总挥发性有机物。我国大陆地区没有专门针对儿童爬

行地垫的强制性标准，也没有对爬行垫中甲酰胺含量与挥发性有机物做出明确要求和限定，因此我会对这两个安全指标参照相关标准及检测方法进行测试，结果如下：

(1) 甲酰胺又名“氨基甲醛”，被欧盟REACH法规列为高度关注物质（SVHC），欧盟化学品管理局分类为具有生殖毒性的物质。在泡沫塑料制品中使用甲酰胺，能够使塑料发泡，使用甲酰胺量越大塑料越轻，而且甲酰胺能够增加塑料产品的柔韧性，使产品不易断裂。甲酰胺的挥发是一个缓慢而长期的过程，通常儿童会在相对密闭的环境中使用地垫，且玩耍时间较长，因此儿童地垫中缓慢释放出来的甲酰胺会被儿童不断地通过呼吸道和皮肤进入体内。

本次比较试验参照欧盟REACH法规对于高度关注物质（SVHC）中甲酰胺的相关要求对样品进行测试，REACH法规高度关注物质（SVHC）中对于甲酰胺的要求限值为1000mg/kg。欧盟玩具安全指令对于甲酰胺的限制已于今年5月24日开始实施，要求泡沫玩具材料中甲酰胺的含量不得超过200mg/kg，否则需要进行为期28天的释放量测试，且甲酰胺释放量不得超过20 μg/m<sup>3</sup>。台湾地区对于儿童拼接地垫中甲酰胺含量要求限值为200mg/kg。经测试，22种样品测出甲酰胺（见表2）：9种样品实测值超过200mg/kg，其中3种拼接式爬行垫样品实测值超过1000 mg/kg。

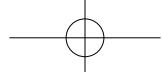


表2: 未检出甲酰胺的样品:

序号	购买地点		售价(元)	标称生产厂家	标称商标	标称规格	标称货号/款号
1	京东商城	贝博氏自营旗舰店	69	杭州伟天包装制品有限公司	贝博氏	60cm*60cm*2cm±*6片	WTKT030
2	苏宁易购	自营	149	杭州伟天包装制品有限公司	澳贝	1800*1500*10 (mm)	465514
3	天猫商城	青沐鱼旗舰店	88	临沂鑫贝塑业有限公司	青沐鱼	/	/
4	天猫商城	南极人童娃专卖店	69	青岛爱可斯家居用品有限公司	南极人	/	N5Q5T81193
5	京东商城	皇家之星专营店	42	昆山皇家之星婴童用品有限公司	皇家之星	200*180*0.5CM	X310
6	天猫商城	南极人童娃专卖店	79	青岛爱可斯家居用品有限公司	南极人	/	N5Q5T81483
7	亚马逊	迅恺优品旗舰店	78	义乌市蔓葆母婴日用品有限公司	蔓葆mambo	60*60*2cm (6片装)	70006
8	苏宁易购	网童奇贝旗舰店	39	杭州伟天包装有限公司	网童奇贝	/	/
9	淘宝	康尼克母婴玩具	12.38	杭州伟天包装制品有限公司	康尼克	/	/
10	苏宁易购	自营	55	/	特宝儿	/	/
11	新中国儿童用品商店 		129	汕头市华婴家居用品有限公司	华婴	160*100*0.6cm	6953008004058
12	玩具反斗城(北京金源店)		78	苏州今日包装实业有限公司	今日之星 today's star	200*180*0.5cm (双面)	PP02005
13	北京金源燕莎店		499	徐州美狮宝婴儿用品有限公司	美狮宝	2000*1500*8 (mm)	7765

表3: 检出甲酰胺的样品:

序号	购买地点		售价(元)	标称生产企业	标称商标	标称规格	标称货号/款号	甲酰胺(mg/kg)
1	北京物美华天店		53.65	南通明德塑胶有限公司	唯本生活	60cm*60cm*1.2cm (4片装)	6940022181292	2545.2
2	北京物美华天店		53.65	南通明德塑胶有限公司	唯本生活	30CM*30CM*1.0CM (9片装)	6940022181339	1563.1
3	家乐福(马连道店)		59.9	苏州恒瑞达家用 地垫有限公司 	太力TAILI	300mm*300mm*8mm	AQ195 (9片装)	1073
4	京东商城	明德自营官方旗舰店	33	南通明德塑胶有限公司	明德	约30*30*1.0cm	6951987010145	795.1
5	玩具反斗城 (北京金源店)		399.9	漳州富群橡胶 制品有限公司		未标注	5F5E93B	667.1
6	天猫商城	BABYGREAT 官方旗舰店	99	北京僂貝特商 贸有限公司	BABY GREAT	31.5*31.5*1.4 (±0.1) cm/9片装	GB-3265J	509.2
7	苏宁易购	贝瓦旗舰店	79	南通明德塑胶有限公司	贝瓦 BEVA	约30*30*1.0cm	6951987013436	256.6
8	苏宁易购	立健旗舰店	23.8	广东省汕头市澄海 区斯佳里塑胶厂	立健	未标注	未标注	248

## 权威发布

Authoritative release

9	乐友婴童 (四季青店)		44.87	北京启迪致远婴童用品有限公司	ALPHABET	长32cm*宽32cm*厚1.2cm (10块/袋)	0-9拼图 KB-028C	211.8
10	天猫商城	星期八母婴旗舰店	86	三斯达(福建)塑胶有限公司	星期八 eight-day	未标注	未标注	159.8
11	亚马逊	自营	288	北京京通荣达贸易有限公司	STALON	150*200*1.0CM±3%	SD006/007	112
12	北京金源燕莎店		692	好孩子好妈咪零售有限公司	SKIP*HOP	178*142*1.27厘米	Y02020/Y02020	82.6
13	乐友婴童 (四季青店)		178.03	北京启迪致远婴童用品有限公司	ALPHABET	130*200*1.0cm	未标注	81.2
14	长安商场		567	广州市护贝贸易有限公司	康乐	1000mm*1400mm*11mm	0723-XX011	58.4
15	京东商城	费雪官方旗舰店	169	青岛德山家居用品有限公司	费雪Fisher price	150*180*0.4cm(±3%)	CHH07	57.8
16	玩具反斗城 (北京金源店)		268	临沂高新区婴歌包装制品厂	Fisher price	60*60*1.5cm*6PCS	YG-8025	55.5
17	天猫商城	曼龙母婴旗舰店	158	安吉曼龙运动防护有限公司	曼龙	未标注	未标注	44.6
18	长安商场		438	宁波怡人玩具有限公司	宁波怡人	180*150*1cm	E8063	34.4
19	易初莲花 (金源店)		69	临沂市罗庄区罗西塑料制品厂	天利	600mm*600m*10mm	3600-C	31.2
20	玩具反斗城 (北京金源店)		148	杭州伟天包装制品有限公司	迪士尼Disney	200CM*180CM*1CM	WTDN008	19.6
21	淘宝	小猫快跑婴童店	39	未标注	小猫快跑	未标注	未标注	18.6
22	苏宁易购	临沂鲁君爱因诗母婴玩具专营店	59	奥光集团有限公司	智立方	200*180*0.5cm	NO.AG1001	14

### (2) 总挥发性有机物

儿童爬行地垫产品在生产过程中会用到多种化学物质,挥发性有害物质已经成为人们关心的重要话题。本次比较试验中总挥发性有机物指的是除水分以外,在一定温度下挥发脱离样品本体的有机物总和。由于目前我国大陆地区并没有专门针对爬行地垫产品的挥发性有机物的标准要求,本次比较试验参照类似标准将样品在一定试验条件下加热至一定温度,且保持一定的时间,用差值法计算总挥发性有机物的含量。经测试,35种儿童爬行地垫样品仅有一种未检出挥发性有机物,其余34种样品均有不同程度的挥发性有机物产生,实测值均小于19g/L,国内类似标准要求限值为50g/L。

### 四、建议

建议有关部门制定儿童爬行地垫的相关标准,尤其是对涉及婴幼儿及青少年安全的物理指标、甲酰胺、挥发物指标进行严格限定,以规范地垫生产企业,让消费者安心

购买,放心使用。

### 五、消费提示

1、查标识。消费者选购儿童爬行地垫时应注意查看使用说明(标识)信息,包括产品名称、年龄范围、安全警示、生产者、经销者的名称地址、执行标准等内容,避免选购“三无产品”。

2、闻气味。消费者选购儿童爬行地垫产品时应注意是否存在刺激性气味,如打开外包装后就能闻到刺鼻味道,则不要购买。儿童爬行地垫在生产过程中要用到多种化学物质,如某种有害化学物质超标,会对人体造成伤害。

3、看材质。消费者选购儿童爬行地垫产品时,最好选择质地较为坚韧且抗弯折的地垫,使用过程中应经常检查有无破损现象,防止产生小零件存在安全隐患。

4、留凭证。消费者购买儿童爬行地垫时应留存购物凭证,以便出现质量问题后能够有效维护自身的合法权益。



测试结果显示，本次测试所有轮胎样品均符合国家标准要求，能保证车辆的正常安全行驶，每条轮胎的性能侧重点不同。相对而言，国内品牌相对性价比更高，使用成本远低于国际大品牌。高价格不等于高性能，低价格不等于低性能。

## 北京市消协发布 轮胎比较试验结果

随着人民生活水平的不断提高，汽车已经进入千家万户。轮胎作为汽车的重要安全部件之一，其质量优劣直接关系到消费者在使用过程中的人身安全。正是考虑到汽车轮胎的质量关系到人身安全，国家质检总局在2002年5月1日把汽车轮胎纳入第一批强制性产品认证目录，且每年都将汽车轮胎列入产品质量监督抽查中；近几年国家认监委针对流通领域中的CCC获证轮胎产品也在不同的省市开展了市场抽查。总体来说，汽车轮胎产品抽检的合格率逐年提高，而流通领域里的合格率明显低于生产领域。为进一步掌握汽车轮胎产品在流通领域的质量情况，指导引领消

费者正确选择产品，保护消费者的合法权益，北京市消费者协会对北京市场销售的部分轮胎产品进行了比较试验。

### 一、试验样品及来源

本次比较试验样品由北京市消费者协会工作人员以普通消费者的身份在西国贸汽配基地和五方天雅汽配城随机购买，样品选取了市场上比较常见的两个规格：205/55R16 91V和225/65R17 102H，每个规格产品都涉及13个品牌，共26个批次的样品。购买地点和价格见下表1、表2。

表1 205/55R16 91V购买地点和价格

编号	标称品牌	购买价格 (元/条)	销售商	购样地点
1	MICHELIN(米其林)	540	北京金海扬帆汽车销售有限公司	西国贸汽配基地
2	BRIDGESTONE(普利司通)	430	北京弘康驰汽车配件商贸有限公司	
3	GOODYEAR(固特异)	530	北京安德永胜商贸有限公司	
4	Continental(大陆)	500	北京东宏泰昌商贸有限公司	
5	WANLI(万力)	340	北京金海扬帆汽车销售有限公司	

## 权威发布

Authoritative release

6	PIRELLI (倍耐力)	580	北京迅捷弘翔商贸有限公司	五方天雅汽配城
7	Warrior (回力)	290	北京敏顺通达商贸中心	
8	COOPER (固铂)	370	北京盛世成吉商贸有限公司	
9	HANKOOK (韩泰)	420	北京信诚顺达隆汽配销售中心	
10	CHAO YANG (朝阳)	320	北京信诚顺达隆汽配销售中心	
11	TRIANGLE (三角)	285	北京信诚顺达隆汽配销售中心	
12	玲珑	300	北京信诚顺达隆汽配销售中心	
13	MAXXIS (玛吉斯)	405	北京信诚顺达隆汽配销售中心	

表2 225/65R17 102H购买地点和价格

编号	标称品牌	购买价格 (元/条)	销售商	购样地点
1	MICHELIN (米其林)	800	北京金海扬帆汽车销售有限公司	西国贸汽配基地
2	BRIDGESTONE (普利司通)	660	北京弘康驰汽车配件商贸有限公司	
3	GOODYEAR (固特异)	630	北京安德永胜商贸有限公司	
4	Continental (大陆)	700	北京东宏泰昌商贸有限公司	
5	PIRELLI (倍耐力)	760	北京弘康驰汽车配件商贸有限公司	
6	Warrior (回力)	410	北京敏顺通达商贸中心	五方天雅汽配城
7	COOPER (固铂)	470	北京盛世成吉商贸有限公司	
8	HANKOOK (韩泰)	480	北京信诚顺达隆汽配销售中心	
9	MAXXIS (玛吉斯)	520	北京信诚顺达隆汽配销售中心	
10	Giti (佳通)	520	北京福源爱轮胎有限公司	
11	DUNLOP (邓禄普)	680	北京福源爱轮胎有限公司	
12	YOKOHAMA (优科豪马)	590	北京福源爱轮胎有限公司	
13	TOYO (东洋)	690	北京福源爱轮胎有限公司	

## 二、试验标准及项目

本次比较试验委托国家橡胶轮胎质量监督检验中心依据GB9743-2015《轿车轮胎》和GB/T4502-2009《轿车轮胎性能室内试验方法》进行测试。测试项目为国家标准规定的安全性能：轮胎外缘尺寸（含磨耗标志高度）、强度试验、脱圈阻力、高速试验、耐久和低气压试验，其中，高速试验、耐久和低气压试验我会进行了极限测试，测试持续到轮胎损坏。此外，考虑到轮胎的节油环保指标，依据国际标准ISO28580:2009对样品的轮胎滚动阻力进行了测试。

## 三、测试结果

经测试，26个批次样品的检测结果均达到国家标准要求，具体性能上差异明显。具体如下：

### 1、轮胎外缘尺寸（含磨耗标志高度）

轮胎外缘尺寸指轮胎安装在规定轮辋上，充气到规定压力时所测出的轮胎外周长（除以3.14得到外直径）、总宽度等外型尺寸。它不仅关系到轮胎与车辆之间的匹配，也影响轮胎之间的互换，对汽车的操纵稳定性、发动机的功率有效地传递给车轮有很重要的意义。

轮胎胎面磨耗标志位于轮胎胎面花纹沟中，是轮胎使用的安全标志，当胎面花纹磨损到磨耗标志时，应停止使用。鉴于所有轿车轮胎磨耗标志高度的国家标准要求均不小于1.6mm。具体测试结果见表3和表4。

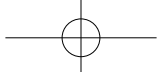


表3 205/55R16 91V外缘尺寸检测结果

序号	轮胎品牌	外直径 国家标准范围	外直径 检测值	总宽度 国家标准范围	总宽度 检测值	磨损标志高度 检测值
1	MICHELIN (米其林)	626mm ~ 638mm	632 mm	205mm ~ 223mm	211 mm	1.8 mm
2	BRIDGESTONE(普利司通)		630 mm		207 mm	1.9 mm
3	GOODYEAR (固特异)		634 mm		219 mm	1.8 mm
4	Continental (大陆)		633 mm		213 mm	1.9 mm
5	WANLI (万力)		632 mm		215 mm	1.9 mm
6	PIRELLI (倍耐力)		632 mm		213 mm	1.9 mm
7	Warrior (回力)		636 mm		211 mm	1.8 mm
8	COOPER (固铂)		630 mm		210 mm	1.9 mm
9	HANKOOK (韩泰)		631 mm		212 mm	1.9 mm
10	CHAO YANG (朝阳)		631 mm		213 mm	2.0 mm
11	TRIANGLE (三角)		631 mm		212 mm	1.8 mm
12	玲珑		629 mm		214 mm	1.8 mm
13	MAXXIS (玛吉斯)		628 mm		212 mm	1.8 mm

从表3的检测结果可以看出，此次购买的13个批次205/55R16 91V轮胎样品，外缘尺寸检测结果全部符合国家标准要求。外直径的检测值最小628mm，最大636mm，最大与最小相差8mm；总宽度的检测值最小207mm，最大219mm，最大与最小相差12mm。

表4 225/65R17 102H外缘尺寸检测结果

序号	轮胎品牌	外直径国家标准范围	外直径检测值	总宽度国家标准范围	总宽度检测值	磨损标志高度检测值
1	MICHELIN (米其林)	716mm ~ 732mm	724 mm	219mm ~ 237mm	227 mm	1.8 mm
2	BRIDGESTONE(普利司通)		723 mm		228 mm	1.8 mm
3	GOODYEAR (固特异)		722 mm		230 mm	1.8 mm
4	Continental (大陆)		720 mm		229 mm	1.8 mm
5	PIRELLI(倍耐力)		722 mm		225 mm	1.8 mm
6	Warrior (回力)		729 mm		228 mm	1.8 mm
7	COOPER (固铂)		723 mm		232 mm	1.8 mm
8	HANKOOK (韩泰)		722 mm		224 mm	1.7 mm
9	MAXXIS (玛吉斯)		725 mm		226 mm	1.8 mm
10	Giti (佳通)		723 mm		230 mm	1.8 mm
11	DUNLOP (邓禄普)		723 mm		226 mm	1.7 mm
12	YOKOHAMA (优科豪马)		723 mm		226 mm	1.7 mm
13	TOYO (东洋)		722 mm		226 mm	1.8 mm

从表4的检测结果可以看出，此次购买的13个批次225/65R17 102H，外缘尺寸检测结果全部符合国家标准要求。外直径的检测值最小720mm，最大729mm，最大与最小相差9mm；总宽度的检测值最小224mm，最大230mm，最大与最小相差6mm。

## 权威发布

Authoritative release

胎面磨损标志高度都符合国家标准要求（不小于1.6mm），多数为1.8mm。

在国家标准允许的范围内，外直径和总宽度都可以有一定的浮动范围。相同规格型号而不同品牌的轮胎，外直径和总宽度的检测值既可以在最小值附近，也可以在最大值附近，相差少则几毫米，多则十几毫米。此次比较试验的205/55R16 91V，外直径的检测值最大与最小相差8mm；总宽度检测值最大与最小相差12mm；225/65R17 102H，外直径的检测值最大与最小相差9mm，总宽度的检测值最大与最小相差6mm。所以对消费者来说，当为自己的爱车购买替换轮胎时，不能只看规格相同，要尽量选择相同品牌的轮胎，这样轮胎的尺寸才能比较一致。对于同轴上的两条轮胎，花纹必须相同，不仅是尺寸一致的问题，还有同轴轮胎与地面附着力要一致的问题。如果同轴的两条轮胎花纹不同，轮胎与地面的附着力会不同，在刹

车时容易出现车辆跑偏甚至失控现象。

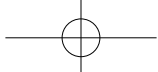
### 2、轮胎强度

轮胎在行驶过程中要承受复杂路面的振荡和意外撞击，而轮胎强度试验就是通过检测钢质压头压穿轮胎胎体所需的能量来评价轮胎抗撞击的结构性能。试验时，将标准直径的半球面圆柱形金属压头以规定的速度压入轮胎，直至轮胎胎冠被压穿、或达到标准规定的最小破坏能、或压头触及轮辋，以轮胎胎体结构的破坏能值来表示其强度。

此次购买的26个批次轮胎样品，强度检验结果均达到国家标准要求。所有批次均为标准型轿车子午线轮胎，且轮胎名义断面宽度大于等于160mm，国家标准规定的轮胎最小破坏能均为295J。所以在强度检测的结果汇总表中，将两个规格列在一起进行比较，具体结果见表5。

表5 强度检测结果（按数值大小排序）

205/55R16 91V			225/65R17 102H		
序号	品牌	检测值	序号	品牌	检测值
1	Warrior (回力)	596J	1	PIRELLI (倍耐力)	916J
2	MICHELIN (米其林)	578J	2	Warrior (回力)	906J
3	WANLI (万力)	576J	3	BRIDGESTONE (普利司通)	897J
4	HANKOOK (韩泰)	548J	4	DUNLOP (邓禄普)	894J
5	GOODYEAR (固特异)	547J	5	HANKOOK (韩泰)	890J
6	PIRELLI (倍耐力)	543J	6	TOYO (东洋)	882J
7	MAXXIS (玛吉斯)	539J	7	MAXXIS (玛吉斯)	874J
8	CHAO YANG (朝阳)	537J	8	MICHELIN (米其林)	872J
9	玲珑	534J	9	Giti (佳通)	848J
10	BRIDGESTONE (普利司通)	530J	10	YOKOHAMA (优科豪马)	750J
11	TRIANGLE (三角)	521J	11	COOPER (固铂)	631J
12	COOPER (固铂)	517J	12	Continental (大陆)	612J
13	Continental (大陆)	485J	13	GOODYEAR (固特异)	547J



就强度性能来说，轮胎破坏能的检测值越大，说明轮胎的胎体结构抗撞击的性能越好。此次检测中，205/55R16 91V中强度值最大的为米其林品牌578J，最小的为大陆品牌485J；225/65R17 102H中强度值最大的为倍耐力品牌916J，最小的为固特异品牌547J。

### 3、轮胎脱圈阻力

汽车在转弯时会产生离心力，当离心力超过轮胎胎圈与轮辋间的着合力时，胎圈将离开轮辋边缘，在轮辋的胎圈座上向内做横向位移。若无内胎轮胎胎圈与轮辋脱离，胎内空气即迅速从该处泄漏，气压迅速下降，可能导致车

辆失控。脱圈阻力试验就是基于实际使用条件在室内试验机上进行的静态模拟试验，即向轮胎胎侧施加侧向力，迫使胎圈从轮辋的胎圈座上向内脱开，测定其所需的最大力值，该力值即为轮胎的脱圈阻力。

此次购买的26个批次轮胎样品，脱圈阻力检验结果均达到国家标准要求，检测结果见表4。所有批次的轮胎样品，均为无内胎轿车子午线轮胎，且轮胎名义断面宽度大于等于205mm，国家标准规定的最小脱圈阻力值均为11120N。所以在脱圈阻力的结果汇总表中，将两个规格列在一起进行比较，具体结果见表6。

表6 脱圈阻力检测结果（按数值大小排序）

205/55R16 91V			225/65R17 102H		
序号	品牌	检测值	序号	品牌	检测值
1	MAXXIS (玛吉斯)	13710 N	1	PIRELLI(倍耐力)	19580 N
2	Continental (大陆)	13612 N	2	TOYO (东洋)	16542 N
3	PIRELLI (倍耐力)	13563 N	3	GOODYEAR (固特异)	16317 N
4	WANLI (万力)	13034 N	4	YOKOHAMA (优科豪马)	15945 N
5	GOODYEAR (固特异)	12995 N	5	MAXXIS (玛吉斯)	15798 N
6	MICHELIN (米其林)	12946 N	6	MICHELIN (米其林)	15709 N
7	HANKOOK (韩泰)	12867 N	7	BRIDGESTONE(普利司通)	15572 N
8	BRIDGESTONE(普利司通)	12838 N	8	Continental (大陆)	15288 N
9	玲珑	12515 N	9	COOPER (固铂)	14857 N
10	CHAO YANG (朝阳)	12387 N	10	HANKOOK (韩泰)	14739 N
11	Warrior (回力)	12152 N	11	DUNLOP (邓禄普)	14641 N
12	COOPER (固铂)	11868 N	12	Giti (佳通)	13808 N
13	TRIANGLE (三角)	11750 N	13	Warrior (回力)	13720 N

就脱圈阻力来说，轮胎脱圈阻力的检测值越大，说明轮胎胎圈从轮辋上脱出需要的力值就越大，轮胎在转弯时胎圈越不易从轮辋脱离。此次检测中，205/55R16 91V中脱圈阻力值最大的为玛吉斯品牌13710N，最小的为三角品牌11750N；225/65R17 102H中脱圈阻力值最大的为倍耐力品牌19580N，最小的为回力品牌13720N。

## 权威发布

Authoritative release

### 4、轮胎耐久和低气压

轮胎是一种由多材料多部件构成的、在苛刻复杂条件下使用的复合结构制品。轮胎在行驶过程中，同地面发生剧烈的磨擦，同时各部位将产生很大的应力应变，这些应力应变以较高频率交替地改变着，导致轮胎疲劳，各部件使用过程中产生剪切力，此外轮胎在承受力的过程中由于弹性滞后，将吸收部分动能转化为热能，使轮胎在较高温度下工作。轮胎本身是热的不良导体，不易散热，容易造成橡胶的热氧老化，所以轮胎的耐热和耐疲劳性能是决定轮胎使用寿命的重要因素，而耐久性试验（转鼓法）是国际上公认的考核轮胎的耐热和耐疲劳性能的重要手段。耐久试验（转鼓法）就是用转鼓作为活动的模拟路面，在

一定的温度范围内，将充入规定气压的轮胎与轮辋的组合体，按规定负荷压在转鼓上，转鼓以恒定的速度运行。

而低气压试验是在耐久试验完成后，气压降低至140kPa（对于标准型轮胎）或160kPa（对于增强型轮胎），保持同样的速度和负荷率运行1.5小时，主要考核在较低气压条件下轮胎的耐久性能。

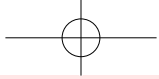
比较试验中为了对各品牌轮胎的耐久性能有一个相对的比较，在完成国标阶段的耐久和低气压试验(35.5小时)后，速度保持120km/h不变，每4个小时增加负荷10%，持续到轮胎损坏为止，此次购买的26个批次轮胎样品，耐久和低气压检验结果均达到国家标准要求。具体结果见表7和表8。

表7 205/55R16 91V 耐久和低气压检测结果（按检验时长排序）

序号	轮胎品牌	累计检验时间	轮胎损坏状况
1	Continental (大陆)	72h8min	轮胎胎侧脱层
2	MICHELIN (米其林)	69h51min	轮胎花纹掉块
3	GOODYEAR (固特异)	67h54min	轮胎胎侧爆破
4	COOPER (固铂)	66h19min	轮胎胎圈裂口
5	MAXXIS (玛吉斯)	65h35min	轮胎胎圈爆破
6	WANLI (万力)	63h42min	轮胎胎圈裂口
7	HANKOOK (韩泰)	63h27min	轮胎胎圈裂口
8	玲珑	62h46min	轮胎胎肩爆破
9	PIRELLI (倍耐力)	62h38min	轮胎胎侧爆破
10	BRIDGESTONE (普利司通)	61h20min	轮胎胎肩爆破
11	Warrior (回力)	61h10min	轮胎花纹掉块
12	CHAO YANG (朝阳)	61h10min	轮胎胎侧爆破
13	TRIANGLE (三角)	56h12min	轮胎胎侧爆破

表8 225/65R17 102H 耐久和低气压检测结果（按检验时长排序）

序号	轮胎品牌	累计检验时间	损坏状况
1	Continental (大陆)	75h38min	轮胎爆破
2	COOPER (固铂)	67h30min	轮胎胎侧爆破
3	GOODYEAR (固特异)	65h34min	轮胎胎圈裂口



4	BRIDGESTONE(普利司通)	63h18min	轮胎胎圈裂口
5	Warrior (回力)	61h57min	轮胎花纹掉块
6	PIRELLI(倍耐力)	60h49min	轮胎胎圈裂口
7	TOYO (东洋)	60h1min	轮胎花纹掉块
8	DUNLOP (邓禄普)	58h18min	轮胎花纹掉块
9	YOKOHAMA (优科豪马)	55h30min	轮胎花纹掉块
10	Giti (佳通)	55h8min	轮胎胎圈裂口
11	MAXXIS (玛吉斯)	50h19min	轮胎胎圈裂口
12	HANKOOK (韩泰)	46h13min	轮胎胎侧爆破
13	MICHELIN (米其林)	42h1min	轮胎花纹掉块

就耐久和低气压性能来说,相同试验条件下累计检验时间越长的轮胎,轮胎耐疲劳和耐热的性能就越好。此次检测中,205/55R16 91V中累计检验时间最长的大陆品牌72h8min,最短的为三角品牌56h13min;225/65R17 102H中累计检验时间最长的为大陆品牌75h38min,最短的为米其林品牌42h1min。

### 5、轮胎高速

高速性能试验是指按照轮胎速度符号,评价轮胎高速行驶性能。轮胎高速性能试验就是用转鼓作为活动的模拟路面,在一定的温度范围内,将充入规定气压的轮胎与轮胎的组合体,按规定负荷压在转鼓上,逐步增加转鼓的试

验速度,直至轮胎损坏或达到规定的速度。

比较试验中为了对各品牌轮胎的高速性能有一个相对的比较,在完成国标阶段的高速试验(205规格为240km/h,225规格为210km/h)后,负荷保持不变,每10分钟速度增加10km/h,持续到轮胎损坏为止。

此次购买的26个批次轮胎样品,高速性能检验结果均达到国家标准要求,检测结果见表9和表10。如果以超过标准最高速度10公里表示为超过标准1档,那么超过标准速度的档数越高,轮胎高速性能相对来说就越好。具体测试结果见表9、表10。

表9 205/55R16 91V 高速性能检测结果(按损坏时检验速度排序)

序号	轮胎品牌	损坏时检验速度	轮胎通过的检验速度	损坏状况
1	MICHELIN (米其林)	290km/h×5min	280 km/h (超过标准4档)	轮胎胎冠脱层
2	BRIDGESTONE (普利司通)	280km/h×9min	270km/h (超过标准3档)	轮胎胎肩脱层
3	Continental (大陆)	280km/h×9min	270km/h (超过标准3档)	轮胎胎侧脱层
4	GOODYEAR (固特异)	270km/h×8min	260km/h (超过标准2档)	轮胎胎侧脱层
5	CHAO YANG (朝阳)	270km/h×7min	260 km/h (超过标准2档)	轮胎胎肩脱层
6	Warrior (回力)	270km/h×3min	260 km/h (超过标准2档)	轮胎胎冠脱层
7	PIRELLI (倍耐力)	270km/h×1min	260 km/h (超过标准2档)	轮胎胎肩爆破
8	COOPER (固铂)	260km/h×5min	250 km/h (超过标准1档)	轮胎花纹掉块
9	WANLI (万力)	260km/h×4min	250km/h (超过标准1档)	轮胎胎肩脱层

## 权威发布

Authoritative release

10	TRIANGLE (三角)	250km/h×10min	240 km/h	轮胎胎肩脱层
11	HANKOOK (韩泰)	250km/h×5min	240 km/h	轮胎胎肩脱层
12	玲珑	250km/h×5min	240 km/h	轮胎胎肩脱层
13	MAXXIS (玛吉斯)	250km/h×5min	240 km/h	轮胎胎圈脱层

表10 225/65R17 102H 高速性能检测结果（按损坏时检验速度排序）

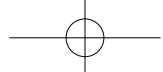
序号	轮胎品牌	损坏时检验速度	轮胎通过的检验速度	损坏状况
1	MICHELIN (米其林)	270km/h×2min	260km/h (超过标准5档)	轮胎胎侧脱层
2	BRIDGESTONE (普利司通)	260km/h×1min	250km/h (超过标准4档)	轮胎胎侧脱层
3	COOPER (固铂)	250km/h×9min	240 km/h (超过标准3档)	轮胎爆破
4	Continental (大陆)	250km/h×6min	240km/h (超过标准3档)	轮胎胎肩脱层
5	GOODYEAR (固特异)	250km/h×2min	240km/h (超过标准3档)	轮胎胎侧脱层
6	WANLI (万力)	240km/h×8min	230km/h (超过标准2档)	轮胎胎肩脱层
7	HANKOOK (韩泰)	240km/h×1min	230 km/h (超过标准2档)	轮胎胎肩脱层
8	YOKOHAMA (优科豪马)	240km/h×1min	230 km/h (超过标准2档)	轮胎胎圈脱层
9	TOYO (东洋)	230km/h×7min	220 km/h (超过标准1档)	轮胎爆破
10	Warrior (回力)	230km/h×4min	220 km/h (超过标准1档)	轮胎胎肩脱层
11	Giti (佳通)	230km/h×4min	220 km/h (超过标准1档)	轮胎胎侧脱层
12	DUNLOP (邓禄普)	230km/h×2min	220 km/h (超过标准1档)	轮胎胎侧脱层
13	MAXXIS (玛吉斯)	220km/h×10min	210 km/h	轮胎爆破

205/55R16 91V规格的样品，速度符号为“V”，国标要求的最高速度为240km/h，比较试验中超过240km/h阶段最多的品牌为米其林，损坏时检验速度达到290km/h，最少的在通过国标后的下一档速度250km/h损坏，品牌有韩泰、玲珑、玛吉斯、三角，其它品牌分别超过国家标准1档、2档和3档。

225/65R17 102H规格的样品，速度符号为“H”，国标要求的最高速度为210km/h，比较试验中超过210km/h阶段最多的品牌为米其林，损坏时的检验速度达到270km/h，最少的在通过国标后的下一档速度220km/h损坏，品牌为玛吉斯，其它品牌分别超过国家标准1档、2档、3档和4档。

### 6、轮胎滚动阻力

车辆行驶过程中轮胎与路面接触产生变形，由于橡胶材料的粘弹性特性导致一部分能量损失，轮胎单位行驶里程的能量损失就是我们通常所讲的轮胎滚动阻力。轮胎的滚动阻力是车辆在任何行驶条件下都会存在的。低滚动阻力轮胎作为有效降低车辆温室气体排放的产品在国际市场受到关注。在全球的温室气体排放量中，道路交通占比18%左右，而汽车油耗中轮胎则占了20%以上，大力发展低滚动阻力轮胎是节能减排的有力措施。目前涉及轮胎滚动阻力性能的法律法规在世界范围内出现并实施。欧盟、巴西、韩国、海湾地区等都通过标签法规的形式对轮胎的滚动阻力性能指标做出了要求。这些法规都鼓励轮胎企业采用绿色原材料及清洁生产工艺，生产绿色环保轮胎，同时引导消费者选购节能环保的轮胎产品。



为了在统一的试验条件下对各品牌轮胎的滚动阻力进行比较，我们是在试验室内通过轮胎滚动阻力试验机来进行轮胎滚动阻力的测量。就滚动阻力的检测值来说，越小

越好。一般来说企业会兼顾其他性能指标，把滚动阻力控制在一个合适的范围。滚动阻力比较试验的结果见表11。

表11 滚动阻力检测结果（按从小到大排序）

205/55R16 91V			225/65R17 102H		
序号	品牌	检测值 (单位为N/kN)	序号	品牌	检测值 (单位为N/kN)
1	GOODYEAR(固特异)	7.17	1	YOKOHAMA(优科豪马)	7.75
2	PIRELLI(倍耐力)	7.89	2	MICHELIN(米其林)	8.04
3	玲珑	8.37	3	DUNLOP(邓禄普)	8.18
4	MICHELIN(米其林)	8.50	4	BRIDGESTONE(普利司通)	8.29
5	BRIDGESTONE(普利司通)	8.83	5	Continental(大陆)	8.50
6	Warrior(回力)	8.85	6	Warrior(回力)	8.51
7	Continental(大陆)	8.86	7	Giti(佳通)	8.63
8	HANKOOK(韩泰)	9.36	8	TOYO(东洋)	8.80
9	TRIANGLE(三角)	9.77	9	COOPER(固铂)	8.83
10	MAXXIS(玛吉斯)	9.91	10	MAXXIS(玛吉斯)	8.98
11	WANLI(万力)	10.09	11	HANKOOK(韩泰)	9.11
12	COOPER(固铂)	10.18	12	GOODYEAR(固特异)	9.39
13	CHAO YANG(朝阳)	10.54	13	PIRELLI(倍耐力)	10.02

欧洲标准中对轿车轮胎滚动阻力的分级依次为A、B、C、E、F、G共六个等级，其中A级要求最高，滚动阻力值为6.5N/kN以下。

205/55R16 91V规格的样品，滚动阻力最小值为7.17N/kN，品牌为固特异，达到欧洲标准的B级；最大值为10.54N/kN，品牌为朝阳，达到欧洲标准E级的上限，接近F级；其他品牌多为C级。

225/65R17 102H规格的样品，滚动阻力最小值为7.75N/kN，品牌为优科豪马，达到欧洲标准B级的上限，接近C级；最大值为10.02N/kN，品牌为倍耐力，达到欧洲标准E级；其他品牌多为C级。

本次比较试验中没有A级轮胎。

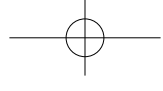
#### 四、建议

本次比较试验测试的项目都是室内检验，实际使用中还会暴露出更多的问题。一方面轮胎的制造质量很重要，另一方面轮胎的正确使用和维护也很重要，需要相关部门、汽车及轮胎生产、销售企业加强宣传力度，向消费者普及轮胎的正确使用和维护方法，杜绝安全隐患。

#### 五、消费提示

1、建议消费者购买汽车轮胎时应保存好购物凭证，以便出现质量问题后能有效地维护自身合法权益。

2、消费者可根据北京市消协比较试验的结果，根据自己的性能需要选择轮胎。



# 中消协约谈7家共享单车企业 建议免押金租车

12月5日，中国消费者协会在京召开共享单车企业公开约谈会，就消费者普遍关心的押金和预付金存管、车辆投放与运维等问题，约谈了摩拜、ofo、永安行、优拜、哈罗单车、拜客出行、小蓝等7家共享单车企业。

据中消协介绍，近期部分共享单车企业因经营不善陆续停业使得相关问题持续发酵，最核心的就是押金难退的问题。中消协和部分地方消协组织短期内收到大量消费者投诉和情况反映，消费者的合法权益受到损害，消费信心受到影响。

据部分企业介绍，目前共享单车企业分为收取押金骑行和免押金骑行两种方式。免押金骑行一般需要考察消费者的第三方信用评分，超过一定分值就可以免收押金。收取押金的单车企业一般将押金统一存放在银行进行专门管理。消费者的押金和预付资金余额均可退，但各企业退款时效、具体金额与消费者的支付方式、余额组成有关。

企业代表表示，将通过加强日常巡检、消费者反馈、车辆状态监测等手段，进一步做好车辆的检修、保养和投放、流转等工作，更加方便消费者使用；将积极加强与人民银行、银监会等金融部门的联系，主动接受窗口指导和监督管理，确保消费者押金和预付金额安全。目前，部分企业已经或正在与交通运输、城市管理、公安网监等职能部门进行沟通和对接，做好车辆投放、公共秩序维护、信息安全等方面的工作。

中消协要求广大共享单车企业，严格落实《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》要求，诚实守信、依法经营，承担起消费维权第一责任人的责任。强化责任意识，自觉承担共享单车行业健康发展的主体责任，确保企业运营状态安全稳定有序。

中消协表示，共享单车企业要尽可能采取免收押金的方式提供自行车租赁服务，主动采取技术性保护措施，确保消费者个人信息安全。对于企业收取消费者的押金和预付资金，要采用安全透明的资金监管方式，确保消费者押金和预付资金的安全。同时，要优化服务意识，把保护消费者合法权益放到优先位置，方便消费者投诉咨询，快速回应消费者诉求，及时化解消费者疑虑。

中消协建议政府有关部门，采取有效措施，积极履行《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》的监管责任，促进共享单车行业企业的健康有序发展，引导更多消费者放心舒心消费、安全绿色出行。

## 相关链接：

### 7家共享单车企业回复内容

**摩拜：**已经认识到押金安全是消费者权益最基础的保证，采取的措施包括：一是优化财务流程；二是积极保证广大用户和摩拜的沟通，有超过600位客服坐席回答各种问题。

**OFO：**正在建立智能信用体系，目前老客户交纳99元押金，新客户则需要交纳199元押金，芝麻信用积分达到一定数量可以免交押金，目前正在全国25个城市推广免押金的服务。对于要求退押金的用户，已经建立客服绿色通道，大约1-3天可以按照交费的原路径退还。

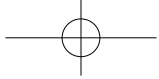
**永安行：**作为较早采用信用免押金的共享单车企业，并不指望依靠押金来实现企业发展。目前，只要用户在芝麻信用上积分达到600分以上即可免押金使用单车，对于消费者的投诉，一般能在24小时内解决。

**哈罗单车：**目前在支付宝、微信、银行都有专门的退押金的账户，多个账户分散管理，定期调拨资金，定期评估风险，保证押金能迅速退还。

**优拜单车：**对押金采取分级分档次收取，并存在招商银行的账户上，消费者要求退还押金的话，可以做到秒退。

**拜客科技：**和其他企业不同，采用会员制的方式，会员费不退，押金99元，可在不用时通过APP或者客服电话要求退还。

**小蓝单车：**目前车辆由拜客科技维持运营，但退押金还是自己负责。由于要求退押金的较多，暂时关闭了APP的自动退款通道，只能手动退款，还可以通过拨打400电话，要求退款。（中消协）



## 专家观点

胡钢

中消协律师团成员，北京市潮阳律师事务所律师

虽然各单车公司都号称押金由第三方监管，但对于资金监管信息披露得太少，“这笔钱是完全放在账户里不动，还是和银行合作，由银行代为投资？这些我们都不知道。所以即使有第三方监管也未必安全”。

当前，我国对新兴消费形式的监管，一般采取在发展中逐渐完善的方式。这种模式给了新兴消费模式充裕的发展空间。与以往其他的新兴消费模式不同，基于“互联网+”的共享经济发展十分迅速，共享单车从摆上街头到现在出现企业退市不过一年左右，未等监管发展完善就已进入行业洗牌期，这也给行政监管与消费者保护模式提出了新的挑战。



邱宝昌

北京市消费者协会法律顾问

今年8月1日，交通运输部等10部门发布了《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》，其中专门规定：企业对用户收取押金、预付资金的，应严格区分企业自有资金和用户押金、预付资金，在企业注册地开立用户押金、预付资金专用账户，实施专款专用，接受交通、金融等主管部门监管，防控用户资金风险。企业应建立完善用户押金退还制度，加快实现“即租即押、即还即退”。互联网租赁自行车业务中涉及的支付结算服务，应通过银行、非银行支付机构提供，并与其签订协议。互联网租赁自行车运营企业实施收购、兼并、重组或者退出市场经营的，必须制定合理方案，确保用户合法权益和资金安全。

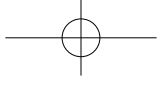
邱宝昌表示，虽然相关部门在共享单车企业资金监管问题上有相关规定，但没有明确指出如果企业违反该规定会受到怎样的处罚，即没有相应罚则和监管渠道，即便是共享单车企业不遵守，监管部门也很难对企业进行处罚，同样消费者维权也存在较大难度。

朱巍

中国政法大学传播法中心副主任

当前全国还没有统一的对预付式消费资金管理的法律法规，但根据《消法》第五十六条规定，经营者对消费者提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求，故意拖延或者无理拒绝的，“除承担相应的民事责任外，其他有关法律、法规对处罚机关和处罚方式有规定的，依照法律、法规的规定执行；法律、法规未作规定的，由工商行政管理部门或者其他有关行政部门责令改正，可以根据情节单处或者并处警告、没收违法所得、处以违法所得一倍以上十倍以下的罚款，没有违法所得的，处以五十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿、吊销营业执照”。

朱巍指出，虽然《消法》中有这样的规定，但在现实中，共享单车企业到了退不出押金的时候，往往已经濒临倒闭关门，这时候不管是罚款还是停业整顿、吊销执照，都已经没有意义。在他看来，有必要在法律或国务院行政法规中规定，包括共享单车在内，所有预付式消费企业所收取的资金和押金，必须由银行专户第三方监管，而且企业必须如实披露存管信息，对未开设专户和信息披露的行为有相应罚则，而不是等到无法退款时再处罚。



# 《网络交易违法失信惩戒暂行办法》 征求意见

近日，国家工商总局研究起草的《网络交易违法失信惩戒暂行办法(征求意见稿)》(以下简称《办法》)公开征求意见。据了解，《办法》旨在深化落实《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》《企业信息公示暂行条例》《网络交易管理办法》等法律法规和规章，加强对网络交易违法失信行为的规范，促进网络经营者诚信自律，完善市场信用体系，推动网络经济持续健康发展。

《办法》共分六章，共二十四条，分别为总则、严重违法失信行为、一般违法失信行为、违法失信名单管理、惩戒措施、附则。

记者了解到，《办法》除根据违法失信行为的社会危害程度，规定采取公示违法信息、发布消费警示、提请屏蔽网站、停止接入服务、采取技术制约等惩戒措施外，还规定将因严重违法行为受到惩戒的网络商品经营者列为重点监督管理对象，在惩戒期限内实施线下重点监管。

《办法》对违法失信惩戒的认定和实施程序进行了具体规定，在明确了严重违法失信行为和一般违法失信行为的认定标准和对应的惩戒措施基础上，设置了各个环节的程序性规定，包括管辖权设置、决定程序、异议程序等，确保违法失信名单管理和惩戒措施实施的明确性、指向性。

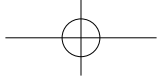
社会共治既是实施信用惩戒的方式，也是实施信用惩戒的目的。《办法》规定了部门间联合惩戒的内容。第十五条第二项规定，工商部门对被列入严重违法失信名单的网络商品经营者、有关服务经营者，可以“向网站备案地通信管理部门通报该网站违法失信行为事实和列入严重违法失信名单情况，提

请依照法律、行政法规、规章、联合惩戒协议等，及时采取暂时屏蔽或者停止该违法网站接入服务等必要措施”，这将促进现行《网络交易管理办法》第四十五、四十六条相关规定的有效实施。

同时，《办法》明确了“对违法失信的网络商品经营者、有关服务经营者实施部门联合惩戒，鼓励支持有关行业协会、消费者组织、有关服务经营者和其他互联网企业参与惩戒措施的协同实施”，支持各方参与，借助网络搜索引擎、浏览器、杀防病毒软件、第三方软件下载平台、智能设备操作系统和移动社交工具，创新运用在线实时触发提醒等方式，最大范围地向网络潜在消费者发布网络消费安全提示，从而精准实现对违法失信主体的有力制约。这为引导多方参与、创新惩戒方式提供了较为明确的指向和依据。

《办法》对在各网络交易平台之间“流动”的违法失信者，也作了针对性规定。工商和市场监管部门在执法中发现，有的违法者采取跨平台密集注册等方式大量开店，从而达到更加隐蔽的转移、销毁证据，掩盖违法事实，逃避执法检查的目的。为促进网络市场“一处失信，处处受限”形成常态，防止被查处的违法经营者在其他网络交易平台内继续实施违法失信行为，《办法》明确建立违法失信行为人信息互通共享机制，从而及时发现、关闭被查处的违法失信经营者在其他网络交易平台继续违法经营的店铺。《办法》规定对违法失信行为人有关信息进行多渠道公示，有利于各网络交易平台违法失信经营者信息互通共享，促进实现惩戒效果广泛覆盖。(中消协)





# 部分电商平台 “双11” 虚构原价、先涨后降

近日，中国消费者协会公布了其对今年双11网络购物商品价格的跟踪调查体验报告（以下简称《报告》）。该《报告》证实，包括天猫、淘宝、京东、苏宁易购在内的16家电商平台，在双11促销期间均存在虚构原价、先涨价后降价、不降反升等现象。

本次价格跟踪调查体验活动涉及16家网络购物平台，共选取了668款商品，体验人员通过截屏等取证方式，从10月21日到11月21日对每款商品详细记录了价格变化情况。

结果显示，129款预售商品价格行为总体表现较好，仅有4款预售价高出预售结束价，涉嫌价格违规；宣称参加双11促销活动的非预售商品中，高达78.1%的商品可在非11月11日当天能以双11价格或更低价格购买到。值得注意的是，此次调查发现，一些平台和商家的商品先涨价后降价、虚构原价、随意标注价格的情况较为突出。

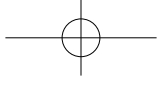
不仅如此，一些平台和商家复杂的价格表示方式和促销规则，降低了消费者的网购消费体验。主要问题有：有的预售商品在预售期间定金随意改变，预售商品价格反而比11月11日价格高；有的将“划线价格”解释为参考价、建议价或曾经展示过的销售价等，以避免“虚构原价”相关法规的约束，给随意标注划线价格，误导消费留出余地；有的先涨价后降价、虚构“原价”，造成折扣力度大的假象，而实际并不比非活动期间价格低，甚至更高，损害了消费者合法权益。



本次调查中，不同平台和商家预售规则、支付定（订）金和尾款时间调查表

序号	网站	预售种类	预收规则 要点	价格跟踪调查体验数量	价格问题
1	当当网	定金预售	逾期未支付，订单取消，若非当当网和商家责任，不退还定金	2	0
2	国美在线	定金预售	在尾款支付阶段超期未支付尾款的，订单将被自动取消，如您需要申请退还定金，请联系客服	21	0
3	京东	定金预售	预售活动结束后，若未支付尾款，订单自动取消，取消后定金不退	9	1
4	聚美优品	订金预售	定金可退（已验证）	5	0
5	苏宁易购	定金预售	定金支付后，若非商家责任，定金不退，定金支付后，如因商家未备货等原因无法正常支付尾款，可申请退定金，并要求商家券补偿，活动结束后7日后，顾客可进行相关申诉，超出7日后，恕不受理	16	1
6	淘宝	定金预售	在淘宝网站检索到的天猫产品，遵守天猫预售规则	17	0
7	天猫	定金预售	买家未在规定时间内支付尾款，定金非卖家责任不退，商家延迟发货且订单状态为“交易关闭”，商家需补偿买家同等金额	40	2
8	网易考拉海购	定金预售	超时未支付全款，订单将自动被取消，若非考拉或考拉商家责任（根据《售后政策》和客服判断为准），定金将不予退还。用户已支付定金并如期支付商品全款，但商家无法发货，依用户申请商家可向用户支付定金金额一倍的款项作为补偿。	4	0
9	唯品会	定金预售	正式开售结束后仍未支付剩余款项，定金不退	15	0
总计				129	4

来源：中国消费者协会官网



热点关注

Hot Concern

# 拥堵时段停车收费 或将高于空闲时段

备受关注的《北京市机动车停车管理条例》进入三审。本市拟以立法方式推动利用公共建筑配建的停车位开展“错时共享”。道路停车收费拟按照城市中心区域高于外围区域、重点区域高于非重点区域、拥堵时段高于空闲时段的原则确定。

市人大法制委员会副主任委员李小娟表示，停车立法属于社会领域立法，需要政府、社会、企业、社区和个人等多元主体的参与，运用包括市场调节、自我服务、行政管理、民事合同、行业自律等多种方式，已超出政府管理范畴，因此条例三审稿中删除了法规名称中的“管理”字样，修改为《北京市机动车停车条例》。

关于立法思路，李小娟介绍，2017年8月发布的《北京市机动车停车资源普查报告》显示，本市停车泊位总数与停车需求总量接近，但具体街道、居民小区、尤其是老旧小区和平房区等局部区域停车资源供求矛盾突出。从普查来看，北京停车资源供给矛盾主要体现在局部区域不平衡和停车资源利用率不高。因此，立法的指导思想不能以大规模建设为主，而应在资源共享开放方面有所创新。同时应当加强区域治理，停车资源供给局部不平衡和停车秩序乱是当前静态交通治理急需解决的问题。

## 停车位有偿使用 差别供给

为进一步体现停车治理立法中的社会治理思路，条例三审稿提出“本市机动车停车坚持有偿使用、严格执法、共享利用、社会共治。全社会应当共同构建和维护机动车停车秩序，遵循停车入位、停车付费、违停受罚的基本要求”。

李小娟进一步解释，其中“有偿使用”是基于停车位的私人产品属性，不属于政府应当提供的基本公共服务范畴，停车成本应由使用者承担。规定有偿使用有利于推动共享利用，有利于减少出行，有利于为社会投资建设停车设施创造良好的市场外部环境。

与此同时，为保障停车治理的推进，条例三审稿在市政府职责中新增规定，“将停车纳入城市综合交通体系，综合运用法律、经济、行政、科技等方法，严格控制核心



区、城市副中心机动车保有量，逐步降低机动车使用强度”。

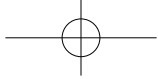
停车设施的供给原则也进一步明确为：“本市停车设施实行分类分区定位、差别供给，适度满足居住停车需求，从严控制出行停车需求。”

## 停车设施开放需具安全、管理条件

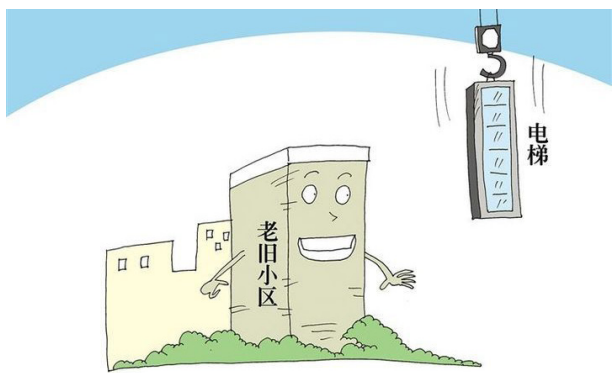
停车难，主要表现在居住停车位不足，停车资源结构性失衡，中心城区供需差距大。因此居住停车是停车治理和这次立法的重点。条例三审稿对有关条款从顺序上进行了调整。

针对调整后的思路，李小娟介绍，居住小区首先应当按照泊位配建标准、规划指标配建机动车停车设施。在居住停车配建设施不足的情况下，条例规定了七种方式予以补充，包括居住区内部挖潜、与周边单位错时共享、利用临时闲置空地设置临时停车设施等。

关于利用公共建筑配建的停车位错时共享，李小娟表示，停车资源普查数据显示，目前各类停车资源夜间利用不充分，居住区的车位利用基本饱和或严重不足，公共建筑的车位利用仍有空间，约占60%的车位可供使用。但在条例审议时有委员和代表提出，停车设施开放应当考虑不同性质单位对安全和管理等方面的要求，在满足要求的前提下，配建的停车位“应当”开放共享。因此，条例三审稿拟规定：“公共建筑的停车设施具备安全、管理条件的，应当将机动车停车设施向社会开放，并实行有偿使用。”（首都之窗）



# 老旧小区引入物业管理 居民可“先尝后买”



11月29日召开的市十四届人大常委会第四十二次会议上，副市长隋振江向市人大常委会报告了推进老旧小区综合改造相关议案办理情况。2017年全市预计为老旧小区增设电梯投入财政资金1.3亿元，年底前完成200部增设，力争2020年当年实现增设电梯1000部以上。物业服务引入老旧小区将可“先尝后买”。

目前，市政府在城六区和城市副中心选择10个小区作为新阶段老旧小区综合整治试点，并纳入本市疏解整治促提升专项行动。试点项目共76栋楼、43万平方米、居民5600余户。改造内容采用“菜单式”，根据居民意愿确定，重点是增设电梯和补建停车位。

## 2017年预计投入1.3亿元用于增设电梯

隋振江介绍，全市预计2017年将投入财政资金1.3亿元以上用于增设电梯。截至目前，全市已完成电梯安装并投入使用72部，正在施工245部，根据施工进度，年底前将再完成安装并投入使用130部。在2017年完成200部电梯增设的基础上，逐年增加，力争2020年当年实现增设电梯1000部以上。

同时，大力推进、完善爬楼代步器方案，供老旧小区居民在确定改造方案时选择。尽快出台增设电梯指导意见，进一步明确政府支持政策和有关工作程序。鼓励科技创新，采取购买服务或者政府补贴的方式，吸引科技创新企业参与上下楼设施以及老旧小区其他改造内容的方式创新。

隋振江表示，用好“代建租用”、产权单位或集体出资、业主自筹自建三种模式，加大增设电梯推进力度，先易

后难。各市政专业公司按照民生工程要求制定专业管线改移工作程序和取费标准，将管线改移成本控制在合理范围内。

## 全市老旧小区将全面摸底

“十二五”时期，全市还遗留房屋抗震加固项目500万平方米。经初步测算，还有5000万平方米住宅楼房设计上未达国家节能50%标准。

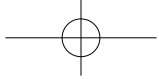
“为摸清全市老旧小区底数，我们将对老旧小区住宅楼房节能效果和居民需求进行全面排查核实。”隋振江表示，各区根据排查结果，本着让居民参与进来，充分尊重群众意愿的原则，确定整治小区、项目和内容；“十二五”时期甩项的，居民同意后继续实施；老旧小区属于商品房的，落实好开发商责任。市政府根据各区上报的项目，制定年度综合整治计划。

新一轮老旧小区综合整治，将实施“六治七补三规范”。隋振江对此进一步解释说，“治”即治危房、治违法建设、治开墙打洞、治群租、治地下空间违规使用、治乱搭架空线。“补”则是补抗震节能、补市政基础设施、补停车设施、补居民上下楼设施、补社区综合服务设施、补小区治理体系、补小区信息化应用能力。“三规范”主要是规范小区自治管理、规范物业管理、规范地下空间利用。

## 培养居民付费意识 物业服务可“先尝后买”

对于老旧小区普遍缺乏的“物业管理”，隋振江表示，综合整治后，可通过“先尝后买”等方式，将专业化物业服务引入老旧小区，培养居民对物业服务的付费意识，逐步提高老旧小区物业管理水平，实现由“准物业”管理向专业化物业管理转型。

“老旧小区综合整治不同于新建工程，整治过程中涉及多个业主和权利人利益调整，由于缺乏法律依据，给整治工作推进带来一定困难。”隋振江提出，建议通过稳步推进市人大立法规范寻求居民共识的程序，固化民意立项结果，简化审批程序，维护小区居民整体利益，保护参与改造企业的权益。



热点关注  
Hot Concern

# 本市3.5万套共有产权房待申购

2017年9月开始，北京的产权型保障房开启“共有产权模式”。从供地到开工、再到入市、申购，一大批项目正在路上。从市住房城乡建设委获悉，截至11月底，本市已经有38个共有产权住房入市，其中34个项目入市待申购，房源大约3.5万套。这也意味着，近期将陆续有3.5万套共有产权房开放申购。

通过分享产权，政府和老百姓一起努力解决住房困难问题，北京自9月推出的共有产权住房吸收了以往各类保障房的经验。从10月开始，朝阳、平谷、延庆等区都在陆续推出共有产权房。

近期会有多少项目开放申购？市住房城乡建设委给出了一份数据：截至11月底，本市共有产权住房已入市项目38个，其中未申购项目34个，房源3.5万套；已启动网申项目4个，房源3321套，包括已选房项目1个，销售424套。

这些只是已入市的共有产权房。后续还有大批项目已经供地和开工，将源源不断供应。截至11月，北京已开工保障房65479套，其中公租房7598套、产权类保障房3807套、棚改安置房54074套，而产权类保障房主要是共有产权房。

此前，市场上有过“今年自住房(共有产权房新政出台后，自住房已转化为共有产权房)供应5万套”的说法。不过，5万套主要是针对供地环节而言，而市住房城乡建设委披露的数据主要是指实际开工量。按照当前北京保障房“当年供地、次年开工”的模式，2017年供地的共有产权住房地块，有望在2018年实现开工。

近期，共有产权房供地也不断加快。据伟业我爱我家市场研究院数据统计，11月份北京全市共新增土地供应14宗，其中居住类用地10宗。在这10宗宅地供应中，有4宗为共有产权房用地，且这4宗地都全部用于共有产权住房建设，均价基本都在两三万元左右。

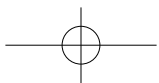
“自住房升级为共有产权房

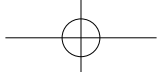
之后，北京明显又加大了共有产权房的供应力度。”伟业我爱我家集团副总裁胡景晖分析，2017年9月、11月各释放了4宗共有产权房用地，这对增加中低价位住房供应，满足刚需人群置业需求有着重要意义。

在开竣工数量不断增长的背后，保障房品质也正在大幅提升。2017年，市政府办公厅印发《关于加快发展装配式建筑的实施意见》，率先将新纳入保障房建设计划的项目全面实施装配式建筑。同时，本市还率先实施公租房建设与评价地方标准，全面构建起以设计、建造、评价、管理为核心的全生命周期标准化实施体系，提升居住品质。共有产权房建设方面，将率先实施《北京市共有产权住房规划设计宜居建设导则(试行)》，从土地入市到竣工入住全过程产业链监管。

本市保障房筹集也出现了不少新模式，引导和鼓励全社会支持参与住房保障工作，拓宽保障房筹集渠道，实现多主体供给。如不少国有企业利用自有用地建设保障房，目前已建设约12万套。本市也在加快培育市场供应主体，鼓励企业自持商品房作为租赁房源。数据显示，目前企业自持租赁房项目有27个，自持面积约143万平方米，在项目中的自持比例平均为44%。

为激活集体土地潜力，变瓦片经济为楼宇经济，本市积极试点利用集体土地建设租赁住房，目前已开工朝阳区平房乡、海淀区唐家岭、昌平区北七家镇等5个项目、房源1.28万套，已入住4200余户。未来5年，本市将供应1000公顷集体土地，用于建设租赁住房。(曹政)





# 北京市司法局出台 26项便民举措为老服务

为老年人开辟法律援助绿色通道、免费为老年人代书遗嘱、为行动不便的老年人提供司法鉴定上门服务……为深入贯彻党的十九大报告中对老龄工作的要求，近日，市司法局联合相关单位出台26项便民举措，服务老年人。

便民举措从基层法律服务、司法鉴定、法律援助、律师、公证、法治宣传等工作入手，推出共6大类26项服务老年人的措施。

基层法律服务方面：为老年人提供优先接待、优先受理、优先解答的“三优先”服务，重视老年人法律问题咨询，最大限度保障老年人权益得到维护；对符合法律援助条件的老年人减免法律服务费用；对于因家庭纠纷、赡养、房产继承涉及的案件，引导老年人或其子女、监护人在法院立案前适用人民调解，免费、快速化解纠纷。

法律援助方面：进一步扩大老年人法律援助覆盖面，对符合法律援助经济困难标准老年人因其合法权益受侵害申请法律援助的，不再审查法律援助事项范围；对“三无”老人(无劳动能力、无生活来源、无赡养人和扶养人)和享受低保待遇、特困供养待遇的老年人以及老年人因家庭暴力、虐待、遗弃主张权利申请法律援助，免于经济困难审查，直接给予法律援助。开辟老年人法律援助绿色通道，各法律援助机构针对老年人的法律援助申请，实行当日受理、当日审批、优先指派、优先办理，对行动不便的老年人实行预约上门服务。

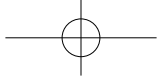
司法鉴定方面：为老年人免费提供医疗纠纷、伤残评定、文书笔迹、交通事故等方面的司法鉴定业务咨询服务；建立绿色通道，优先为老年人提供司法鉴定服务；为

行动不便的老年人提供上门服务。

律师管理部门则推出6项“免费”举措：通过市律协公益法律咨询热线（800-810-0789），免费为老年人提供专业法律咨询；免费开展律师法律服务进社区、进老年公寓、进养老院，定期定点提供法律咨询、举办法制讲座，宣传法律法规，不断提高老年人的法治观念和法律知识；免费为老年人代书遗嘱、遗嘱见证、财产分配、赡养费追索、老年人人身、财产损害维权等提供法律服务；免费采取沟通、协商、引导等老年人易于接受的方式，解决涉老赡养、赠与、继承、婚姻家庭等方面的矛盾纠纷，促进家庭和谐；免费为80岁以上行动不便的老年人提供上门服务；免费对老龄工作者开展法律知识培训，为老龄职能部门协调解决侵害老年人合法权益案件提供法律意见。

公证部门共推出8项举措，包括对申请办理遗嘱公证时已年满70周岁的老年人，免收公证费用；公证机构建立绿色通道，为老年当事人在受理、办证、送达等环节提供便利；开展办理公证“最多跑一次”试点；公证机构实行首问负责制度，最先接待或受理的公证人员作为第一责任人，对老年当事人申请办理的公证事项，依法详细解答，及时认真办理，不得推诿、拒绝；开通网上申请办理公证服务等。

市法宣办则将开展多场老年人权益保护主题法治宣传活动，广泛开展防金融诈骗、继承、房屋等与老年人权益保护息息相关的法律知识宣讲，通过大量、有针对性的普法活动，切实提升老年人群体法律知识和防范意识。（北京日报）



桂从路

## 老人旅游收年龄附加费？违法

带父母旅游，却被告知年龄超标要收附加费；吃住行都一样，凭啥老人要多加钱……几百块钱的年龄附加费似乎是旅游行业“潜规则”，但现在要对这种附加费坚决说“不”！

日前，中消协发布的消费警示特别指出，部分旅行社针对老年人收取的年龄附加费是国家明令禁止的，老人可以第一时间向旅游主管部门反映，保留相关证据，及时维权。

“老年人身体条件的原因，需要特殊照顾”“老年人出游风险大，需要规避风险”，类似的说法站在旅行社角度不无道理。但不少专家和旅游从业者指出，这只是借口，真正的原因在于旅行社认为老年人消费观念保守、消费能力低，基本不会参加自费项目和进店购物，多收一点钱能“保本”。

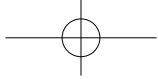
无论是出于风险规避的现实考虑，还是出于成本核算的利益考量，区别对待老年人享受旅游服务的理由都是站不住脚的，年龄附加费既不合法也不合理。

我国《旅行社条例》明确规定，年龄或职业上的差异不能成为旅行社区别对待的理由，明确禁止对游客因年龄或职业差异收取附加费。《老年人权益保障法》倡导全社会优待老年人，提倡与老年人日常生活密切相关的服务行业为老年人提供优先、优惠服务。旅行社按理说要为老年人出行提供优惠便利才对，反而收取不合理的费用，这谈何老年人权益保障？

老年人在健康、休闲、旅游等方面的需求催生了“银发经济”的浪潮。据阿里大数据统计，有近3000万老年用户和年轻人一样喜欢网购；全国老龄委的一项调查显示，目前我国每年老年人旅游人数已占到全国旅游总人数20%以上。提供更多优质服务，把尊老敬老的传统美德贯穿到服务全过程，这是赢得“银发市场”的关键因素。

通过“团购价”“低价团”“免费游”等广告吸引旅游者上门，又通过违规的附加费增加老年人消费负担，这种歧视性做法不仅不利于旅游市场的健康发展，更损害了老年人的幸福感和获得感。

市场经济，如何安放中国的敬老传统？单从屡禁不止的年龄附加费来说，光靠呼吁、倡导恐怕远远不够，更需要有关部门加大惩处力度，以切实有效的执法行为规范旅游业秩序。更为重要的是，形成良性市场竞争的环境，少一些歧视性的多收费，多一些令人舒心的好服务，让老年人的幸福感更强。（健康时报）



## 免押金是共享经济成熟的标志



木须虫

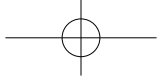
你的共享单车押金、预存金退款顺利吗？5日，针对近期部分共享单车企业因经营不善停业造成的押金难退等问题，中国消费者协会公开约谈了市场上规模相对较大的共享单车企业。涉及摩拜、ofo、永安行、优拜、哈罗单车、拜客出行、小蓝等7家共享单车企业。中消协建议共享单车企业尽可能采取免收押金的方式提供自行车租赁服务。（12月6日《北京青年报》）

共享单车在跑马圈的过程中，押金问题成了消费者关注的焦点，他们关注的不仅是押金退还不及时的问题，更有对共享单车模式性质的质疑。共享单车的确给单车出行带来了便利，但如果这种便利是建立在押金融资功能的基础上，显然这种服务只是外壳，利用押金沉淀的金融衍生功能才是目的。毫无疑问，这既可能加剧押金兑付的信用风险，也会导致服务难以持续。这些问题在今年一些共享单车倒闭潮中都表现了出来，同时，许多共享单车的运营维护与管理滞后的弊端也正在显现。

押金的初衷是一种信用制约机制，但押金机制本身更有利于平台商家，加大了消费者消费的信用成本，使得共同的信用风险制约具有不平等性，增加了消费的交易成本。如果只从防范信用风险来看，其实有更多低成本的好办法，如对消费者信用进行第三方评分，由第三方平台提供信用担保，实行免押金服务，或者由第三方支付机构提供风险担保，用户账户沉淀一定额度资金可接受多行业、多平台的免押金服务。而在这方面，一些支付平台已经开始尝试，如芝麻信用推动的先看病后付费的服务。这意味着，共享经济免押金在技术上已经不是什么问题，而且通过市场合作可以实现。

共享单车发展带来押金的讨论，归根到底还是共享经济到底是做服务还是做融资定位的博弈。不否认运用押金沉淀的金融衍生功能模式，有利于刺激资本与服务的进入，但容易成为买椟还珠的游戏。对于消费者来说更需要的还是便利实惠的服务，共享经济如果想健康发展，恐怕还得平台把心思都花在精细管理与服务上。

免押金模式现实可行，不乏社会共识，甚至不乏规则共识，许多城市出台的共享单车管理规定都在提倡实行运营的免押金管理，当然还只是软约束，包括中消协约谈共享单车平台，强调的也只是诚信经营，保障消费者权益。显然，免押金真正缺少的还是行业共识，行业的自觉是社会的期待，希望平台在市场竞争中逐步摆脱和放弃对押金经济的依赖，回归到服务的精耕细作上来，在共享共赢上更进一步。从某种程度上说，免押金将是共享经济趋于成熟的标识，而最优的选择，是让免押金成为行业准则。（燕赵晚报）



黄 帅

## “海淘”药品是拿生命开玩笑

浙江大学附属第一医院副院长陈作兵在门诊遇到了这样一个病例：一位70多岁长期腰痛的女患者，听了周围“热心人”介绍，从海外东欧某国网购了强力速效的“腰痛丸”，只用了5天便因头晕、呕血、黑便被送医进行紧急救治。

这不是个案，不少患者可能都有这样的经历——特别容易盲目相信所谓国外的“特效药”。尤其在身边熟人的介绍下，就更容易误入歧途。虽然我国在过去很长时间内，医药研发和药品质量相较欧美发达国家有一定差距，但这不等于外国所有药物都有“奇效”，更不等于患病后可以“病急乱投医”。

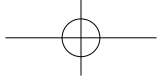
不少朋友虽然对“谨遵医嘱”之类的话耳熟能详，但有时在各类“良药”的吸引下，仍然做不到坚持医学专业主义的立场和对健康生活方式的掌握。祛除人们心中对“洋药”的盲从是必要的。如何去做？起码要逐渐养成科学的用药意识，具备一些医药常识，这能帮助患者从心理上断绝对所谓“奇效”的念想。

应当注意，每种药物都有自己的适应症和禁忌症，比如有的药物给年轻人吃有效果，但老人服用就会损害身体健康；有些药品还有很强的群体针对性，比如有的药物上明确注明，孕妇或小孩禁用等。这些特殊性构成了药物使用的复杂性，对不了解医药专业知识的普通患者来说，不经医生指导“自行服用”，或会对身体造成一定的影响。

更何况一些国外药品来源并不清楚，只靠售卖一方“宣传”，甚至把药效吹得天花乱坠。再者，中国和外国医药方面的法律法规不尽相同，对医药售卖的标准和规范也不一样，就算符合外国售卖标准的药品在中国也不见得可行。

在我国，药品经营有非常严格的规范。《中华人民共和国药品管理法》中明确要求，“药品经营企业购进药品，必须建立并执行进货检查验收制度，验明药品合格证明和其他标识；不符合规定要求的，不得购进”。对于进口药品也有具体要求：“国务院药品监督管理部门对已经批准生产或者进口的药品，应当组织调查；对疗效不确、不良反应大或者其他原因危害人体健康的药品，应当撤销批准文号或者进口药品注册证书”。

这是一个“购物狂欢”的时代，上网买衣服、海淘化妆品，让买东西变得轻而易举。但药品并不是单纯的“东西”，不能把网上购物的消费习惯用到买药上。尤其对患者来说，一定要遵照医嘱，认准具备资质的医药售卖方，别在不了解真实情况的时候自作主张！（健康时报）



## 别让食品干燥剂成“定时炸弹”



史洪举

近期，一段视频在各大平台疯转，8岁的可可吃零食时，图好玩把零食里的干燥剂放进有水的饮料瓶里，没想到放进去后竟发生爆炸。仅仅20分钟，可可右眼被碱性液体侵蚀，整个眼球被溶，终生失明。对此，业内人士提醒，家长一定要避免孩子接触食品中的干燥剂。

据报道，食品干燥剂伤人伤害，尤其是导致儿童受到伤害的事例并不少见。如2011年，太原一名初中生将干燥剂放进装有温水的保温杯中，过一会，保温杯突然爆炸，导致该学生的一只眼睛失明。2015年，上饶一名5岁男孩拿着干燥剂玩耍，干燥剂不慎入眼，眼球、眼睑烧伤严重，该男孩可能会永久失明。对此，包括企业在内的相关部门均应尽到各自责任，采取切实有效的安全措施，避免这一日常生活中常见的物品沦为致伤凶器。

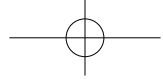
可以说，能够起到干燥防潮作用的食物干燥剂已经成为很多食品、保健品离不开的附属物品，甚至一袋饼干，一块独立包装的月饼中都会包含一小袋食品干燥剂。而据报道，目前市面上的干燥剂多以氧化钙（生石灰）、硅胶、三氧化二铁以及氯化钙为主要原料。这些物质含有极大的腐蚀性，会对人体造成伤害，甚至会带来报道中导致儿童失明的悲剧。

尤其是，随着家庭收入的提高和长辈对子女的呵护，很多家长均会给孩子零花钱供其购买零食，也会购买零食让其独自享用。在此背景下，就不能排除这些未成年人在缺乏有效监护时购买含有食品干燥剂的零食。加之这些未成年人好奇心强，缺乏自制能力，在同伴的怂恿下极有可能误食干燥剂，或者进行一些“危险的实验”，最终给其身体带来严重伤害，酿成无法挽回的悲剧。

现实中，食品干燥剂之所以成为隐藏在儿童身边的“凶器”，既有家长对食品干燥剂危险性认识不足，监护教育不到位的原因，更有在相关标准缺失下，生产企业推脱责任的因素。不能否认的是，很多食品包装中随附的食品干燥剂仅仅用较小的字体写明不能食用等字样，没有危险提示标语或符号。这就导致一些儿童甚至成人对其致害程度认知不到位，漠视乃至放任未成年人接触这一危险物品。

虽然食品干燥剂伤人伤害的极端事例不很普遍，但任何伤害对受害者来说都是灾难和悲剧，相关部门有必要采取相关措施予以避免。一是监管部门或行业协会可以牵头制订更科学合理标准，减轻其在误用、误食后对人体带来的伤害程度，如逐渐抛弃生石灰干燥剂，改用安全性能更高的硅胶干燥剂、纤维干燥剂等。二是理当对干燥剂包装进行改良，采取更加醒目、显著、具有警示性的标语、图片、文字提示其危险性。确保有一定理解、辨识能力的儿童能够认识到其属于应该远离的“危险品”。

此外，作为教育部门和家长，也应尽到监护教育职责。如将食品干燥剂作为像鞭炮、香烟那样的物品不厌其烦地广为宣传，教育、引导、“警告”儿童远离这些危险物品。这样才能让未成年人潜意识中认识到食品干燥剂的危险性，不再发生原本可以避免的伤害。（北京青年报）



## 消费有风险 单方毁约可维权

近日，工商部门接到一起消费投诉：2016年消费者谢女士在某幼儿水育馆办理了一张游玩钻石卡，服务项目为婴幼儿游泳和欢乐淘气堡各消费100次，价值4980元。办卡时宝宝八个多月，因为太小还不能玩淘气堡，游过两次泳，宝宝有不适反应，就一直未使用此卡消费。今年，谢女士想要带孩子到店玩淘气堡时却发现该游艺项目已拆除，谢女士联系店长，认为商家单方面缩减服务项目要求退还预付卡内剩余全部金额。商家不同意谢女士提出的退款要求，表示只能按照欢乐淘气堡10元一次的价格退1000元给消费者，游泳可以继续使用。双方各持己见，未能就退款达成一致。

工商部门接到投诉后，及时与消费者和经营者取得了联系，对投诉情况进行了调查核实，发现经营者的确已经拆除淘气堡项目，不能继续提供服务。根据《侵害消费者权益行为处罚办法》第十条第一款：

“经营者以预收款方式提供商品或者服务，应当与消费者明确约定商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等内容。未按约定提供商品或者服务的，应当按照消费者的要求履行约定或者退回预付款，并应当承担预付款的利息、消费者必须支付的合理费用。对退款无约定的，按照有利于消费者的计算方式折算退款金额”的规定，由于该案中商家不能按照办卡时的约定继续提供服务，且双方对于退款无约定，因此应当按照有利于消费者的计算方式退回预

付款。最终，经营者在约定期限内将预付卡余款退还至谢女士账户。

近几年，工商部门接到因办理预付卡引发的消费投诉非常多，此类纠纷主要集中在诱导消费、经营主体不合法、霸王条款、强制服务、虚假宣传、人身安全无法得到保障、变相涨价、擅自中止服务等几大问题。进入酷夏，许多服务项目需要转于室内进行，又到了办理预付卡的旺季。在此，工商部门提醒广大消费者办理预付卡时需谨慎，特别是在办理美容美发、儿童娱乐、健身、游泳等行业预付卡时，一定牢记以下几点：

一是办卡前要考察经营者的资质、经营状态，尽量选择证照齐全、规模大、信誉好、经营时间长的企业；

二是选择预付卡种类时要做到理性消费，根据自己实际情况选购预付卡，切忌贪图便宜，避免一次性交款投入太多，得不偿失；

三是签订办卡合同时，双方应明确约定服务的内容，如服务使用范围、有效期限、退转卡规定等，不要轻信商家的口头承诺，服务约定要落实到书面合同上；

四是办卡时勿忘索要发票、保留书面证据，以备发生消费纠纷时维权有据，消费过程中一旦与商家发生争议及时向工商部门或者其他相关部门进行投诉。

（北京市工商局）

## 出游有猫腻，消费陷阱要当心

为帮助老年消费者科学消费，安全旅游出行，安享晚年幸福生活。消协特别提醒广大老年消费者：

一、当心团购价背后的陷阱。老年消费者在选择旅游社和产品时不要单纯以价格为导向，要多关注旅游产品的品质。

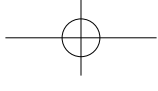
二、当心年龄“附加费”陷阱。老年人报团时，要仔细阅读旅游合同内容，检查附加收费、行程路线、收费项目等条款是否合理后再签字和缴费。

三、防范不良商家以超低团费、分时度假、高额回报等为诱饵，让消费者支付高昂的出境保证金或会

员预付卡费后，拒不按照合同约定退款或卷款跑路。

四、根据自己的身体状况和承受能力选择旅游线路，避免过度疲劳导致身体不适无法旅游，产生不必要的纠纷。

五、当心天价陷阱。在景区就餐和购物时，把价格和计量单位问清楚，再去购买商品和接受服务。如出现权益受损时，在保障自身安全的情况下，保留好维权证据，及时向有关部门投诉举报，维护自身合法权益。（开封市消协）



## 警惕美容美发店这些套路

美容美发不仅是日常生活需要，还可以提升品质，在扮靓的同时给消费者带来美好的享受。但是个别美容美发店存在一些不良行为，为消费者带来了烦恼。

### 主要存在的问题

1、以免费体验、赠送小样等吸引消费者进店，宣称精湛的技术，超低的折扣，甚至优异的治疗效果，哄骗消费者购买大额的消费卡。

2、工作人员打亲情牌、友情牌、苦情牌，骗取消费者的同情和信任，诱使消费者不断往卡内续钱。

3、一些美容美发商家工作人员流动大，技师跳槽现象较多，服务质量与消费者办卡时相差较大。

4、推销的产品虚报高价甚至漫天要价，产品质量难以保障，存在安全隐患。

5、购卡之后出现承诺不兑现，服务打折扣，门店易主等情况，关门跑路现象也时有发生。

王女士被两名美容店员强行拉进店进行所谓的免费皮肤肤质测试，店员称消费者有很多皮肤问题需要进行深度的清洁否则皮肤问题将会越发严重。随后，消费者支付128元进行了皮肤清理。在清理的过程中，消费

者受到了一位员工和一位店长强行洗脑般的“谈心”，被忽悠办理了一张3000元的美容卡。然而，消费者第二周去做美容时发现，商家美容效果极差、店员态度恶劣，办卡时承诺的高档产品也未给消费者使用。

在此，首都工商提示消费者，在选择美容美发商家时注意以下几点：

第一、购卡前要考察商家的信誉和经营状况，要查看营业执照和相关许可证，尽量选择规模大、信誉好、经营时间长的商家。

第二、根据自身的需求购买金额适合的预付费卡，不要贪图高折扣忽视潜在风险。

第三、要事先明确预付卡的功能，包括使用期限、使用范围、服务项目、退款条件和违约责任等细则，并以书面合同形式约定下来，不可轻信商家的口头承诺。如果消费者有固定技师服务等特殊要求，可以在协议中注明。

第四、交钱办卡要素要凭证，每次消费后要索要消费凭据，核对消费金额后再签字确认。（首都工商）

## 网红店套路深：

## 消费者不要盲目跟风 监管莫放松

据媒体报道，记者经过调查后，打造了一份网红店炮制“秘辛”。前期准备：制造有特色、抓痛点、搞情调等噱头。操作流程：靠自媒体吹捧、“黄牛”捧场、饥饿营销。

在移动互联网时代，不少商店通过网络营销形成刷屏之势，再将线上流量转化为线下门店消费的顾客，成为深受消费者喜爱的网红店。

“店”儿为什么这样红？说到底，很多并不是因为他们的产品质量和服务品质，远远高出同行业的其他商家，而是因为他们的“套路太深”，忽悠了很多消费者。

一家商店不管是不是网店，前提条件必须是依法经营，其产品质量必须符合国家标准、行业标准或地方标准。而且，网红店不等于天然的免检产品。根据近年来各地监管部门抽检情况来看，一大批网红商品、网红食品抽检不合格，不少网红店存在食品安全问题。从这个

角度说，监管部门要加强对网红店产品的抽检力度，确保网红店产品质量达标、合格。因为网红店涉及到的消费者面积更广，如果产品质量出问题，影响会更大。

另一方面，商家进行营销宣传，制造噱头，这本身并无不可。但在宣传的过程中，同样要遵守法律法规的规定。而从目前很多网红店的成功秘笈来看，往往通过自媒体吹捧，以及花钱雇用大量“黄牛”“托儿”捧场。从本质上说，这就是在对消费者进行虚假宣传，误导消费者的选择，如同电商行业的刷单行为，违背了诚信经营的基本原则。对于网红店存在这种虚假宣传的行为，监管部门不能放纵，必须按照法律法规严惩不贷，将它们列入失信黑名单之中。

面对层出不穷的网红店，消费者不要盲目跟风，一定要切合自己的实际需求。而网红店要想真“红”，必须强练内功——凭借优质的产品质量和服务在市场竞争中脱颖而出。（法制晚报）

## 当心商家在购物小票上做文章



购物小票是商业机构给消费者留存的销售凭据。记者近日调查发现，一些商家屡屡在购物小票上做文章：有的因免费停车被回收，有的消费者在出超市时被强行查验小票，更有商家在小票上加盖“商品未过保质期”的免责章……

“免费停车要没收购物小票，可我买的大型玩具如果需要退换货怎么办？”在江苏盐城某超市多次停车被收购物小票后，王先生按捺不住内心的疑惑，便询问超市工作人员。该工作人员也很无奈，称超市与地下停车场没有直属管理关系，随后从垃圾桶里扒出一张购物小票交给王先生，让他交给停车收费处。

购物小票不仅会被收，还会被强行查验，甚至加盖免责章。天津的童女士近日在西青区某超市购物，结完账出超市时却被身着保安制服的工作人员拦下，强行要求查验购物小票。“交易结束，购物小票就是我的了，为什么要查看我的东西？”该超市客服人员告诉记者，超市内很多商品没贴防盗磁条，为防止商品丢失，所以安排专人查验。

“有时候还会在小票上用笔划一下，甚至盖上‘商品未过保质期’的章。”家住河南的刘女士对此表示好奇，超市客服中心的工作人员向她解释说，店里有专门人员查看生产日期，并将快过期商品及时下

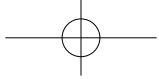
架，盖章只是为了防止有些人拿同款的过期商品恶意投诉索赔。

购物小票是消费者购物的有效凭证，等同于购物发票。北京市弘嘉律师事务所律师龙鑫告诉记者，商品出现质量问题需要更换、维修、退货时都要出具购物小票。购物小票被收，将影响消费者相应的法定权利。

“商家防盗安排人员强行查验，是没有法律依据的。”龙鑫表示，按照《合同法》规定：“标的物的所有权自标的物交付时起转移。”也就是说，消费者在交费通道结账以后，购物小票的所有权已经归消费者所有。根据《消费者权益保护法》规定，经营者不得搜查消费者的身体及其携带的物品。“这当然也包括购物小票。”

另外，《消费者权益保护法》规定，经营者不得以格式条款、通知、声明等方式，作出减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定。龙鑫说，超市销售时加盖免责章，实际上是免除了经营者的责任，这种免责内容无效。

在龙鑫看来，部分商家屡屡在购物小票上做文章，其目的主要是规避相应的售后责任，逃避税收，还有部分人员借购物小票牟利。（工人日报）



## 勿随意扫码领网络促销红包

近日，辽宁省工商局与省消协联合发布消费提示，提醒广大网络消费者在参与网络集中促销活动时，应做到“八要五谨慎”，避免合法权益受损。同时，倡议网络集中促销组织者和经营者诚信守法经营，共创健康和谐的网络购物秩序。

一要选择正规的购物网站。消费者应尽量选择贴置工商电子标识以及管理机制较为成熟的大型购物网站，谨慎对待未经认证或非正常弹出的网站链接，避免误入“钓鱼网站”。

二要清楚促销规则。促销期间，消费者应认真阅读各购物网站的促销规则，清楚相关的规则细节，特别是促销活动期限、预付定金制度等，避免权益受损。

三要货比三家。消费者在选购商品时，最好货比三家，从不同的购物网站了解其价格、商品信息，最好提前关注选购商品在实体店和不同购物网站上的售价，并与当前促销价进行比较，避免被商家的虚假打折蒙蔽。

四要了解网络促销经营者信息。消费者在购物时，除要关注商品信息外，还应了解网络促销经营者信息，将购物网站、全国企业信用信息公示系统等公示经营者的信息与商家网站宣传信息、销售商品等情况进行比较，初步掌握促销经营者的资质，避免被经营者片面宣传误导。

五要保留好消费和促销凭证。消费者应保留好订单、付款记录、与客服的沟通记录以及促销活动宣传信息等，便于日后维权。

六要当面核验所购商品。消费者应尽量当面核验收到商品，核对商品是否与购买商品一致，有关商品的凭证和证书是否齐全，特别是一些贵重、易碎等商品，更应当面签收，认真核验。

七要客观公正评价商品。网络购物环境需要大家共同营造，消费者收到商品后，应客观公正的对商品和商家的服务进行评价，不要被一些商家的“红包”所诱惑，给出不真实或与实际不符的评价，影响其他消费者对商品和商家的判断。

八要依法维护自身合法权益。鼓励消费者依法维护自身合法权益。消费者自身合法权益受损，应先与经营者协商，协商不成的，可以向购物网站沟通投诉。消费者对经营者和购物网站的处理不满意的，也

可以向购物网站所在地工商部门或经营者所在地的工商部门投诉。

同时，鼓励广大网络消费者，举报各类违法行为，共同维护网络市场秩序。

一、谨慎对待低价。消费者在参加促销活动时，不要一味追求低价，应对商品的价格有个合理的预估，过低价格的商品网站谨慎访问，防止不法分子用低价诱惑消费者上当。

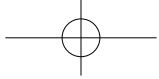
二、谨慎对待商家宣传。广告是商家的营销手段，消费者应科学合理的选择商品，对预购买的商品应先掌握相关信息，做到心中有数，不被商家的宣传广告所诱惑。同时，不要盲目购买不必要的商品，更不要被“优惠”“折扣”“便宜”“返现”等冲昏头脑，警惕价格陷阱。

三、谨慎对待点击链接或扫描二维码。近期，网上各类促销广告随处可见，各种“红包”满天飞，消费者不要随意点击有关链接或扫描二维码领“红包”，防止被链接到其它违法网站导致个人信息被获取。

四、谨慎对待商品交易量及评价。有些商家通过给买家发红包、刷单等方式获取好评，提高商品销量，影响了其他消费者对商品的判断。消费者不要过于依赖购物网站上的商品销量和评价信息，应对商品评价信息认真甄别，做出合理判断。

五、谨慎对待直接向卖家付款。消费者应选择第三方支付平台付款或者货到付款，不要被商家的各种理由或小恩惠诱惑向卖家的银行卡等直接付款，谨慎通过发送付款链接页面或扫二维码等方式付款，不要告知他人个人信息，防止个人信息泄露。

辽宁省工商局和省消协还倡议网络集中促销组织者和经营者，要自觉遵守《网络交易管理办法》《网络商品和服务集中促销活动管理暂行规定》等法律法规规定的审查和登记、公示促销信息、保存交易信息、检查监控、标明积分及优惠券、七日无理由退货等规定。同时，严禁经营者发布虚假广告、刷单炒信、销售假冒伪劣商品、虚假宣传、先涨价再打折等侵害消费者合法权益等违法违规行为，树立诚信守法经营理念，遵守各项法律法规，共创良好的网络市场秩序。（中国消费网）



## 谨防网购陷阱

网络购物作为一种新兴的行业，因为其方便快捷，价格低廉同时又满足了人们足不出户就可以购物的美好愿望，所以得到越来越多人的追捧。在“双11”、“双12”网络促销活动期间，以“淘宝”、“京东”等为代表的各大电商平台纷纷加大促销、打折力度，消费者迎来了购物的“狂潮”。而在这些电商价格战中，各类虚假促销手段却让消费者心有余悸。网购属于远程购物，这种购物方式一旦出现消费纠纷，由于经营者往往处于异地，消费者主张权利难度就会增大，消费者投诉到有关部门后，案件通常需要多次分转，环节多、效率低。同时经营者不能及时收到投诉案件，很多案件因消费者解决问题成本增加而不断升级。

为了有效快速处理远程网络购物消费纠纷，中消协搭建了电商消费维权绿色通道平台，并已逐步与全国各级消协对接。今后，消费者如果在网络消费过程中遇到合法权益遭受侵害的情况，可以直接向当地消协投诉，并通过此维权绿色通道平台，有效快速地解决消费纠纷。

此外，消协还提醒广大消费者提高警惕、谨防网购陷阱。

第一、选择正规的购物网站购物。正规网站有通信

管理部门颁发的ICP认证号，并有工商行政管理机关授予的“红盾”标志。另外不要轻易接受陌生人通过聊天工具、电子邮箱等途径传送的文件或者网站链接，以免落入“钓鱼网站”；要保护好自己的网银信息，尽量不要在他人电脑上或者网吧进行网络购物。

第二、搞清网购商品的送货方式、售后服务等相关问题。在确定购买网站上的商品之前，弄清商品的功能、材质、规格、型号，特别是快递方式、三包责任和维修网点的地址、电话等相关问题，以便在出现售后服务问题时，能顺利解决，或当出现消费争议时，能够提供较为充分的证据。

第三、在通过第三方支付平台支付购物款项时，尽量避免以银行、邮局汇款形式支付。第三方支付平台是针对网上交易而推出的安全付款服务。利用第三方支付平台而遭到损失的用户，支付平台会赔偿其损失，是较为安全可靠的支付方式。

第四、收到物品后，消费者一定要仔细查验。确认货品真实无误、符合约定后，再签署收货确认单。如果可以，消费者最好选择货到付款，尽量将消费风险降到最低。（山西省消协）

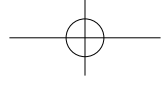
## 网络小额现金贷款业务风险提示

根据中国互联网金融协会监测，近期通过互联网为个人提供小额现金贷款服务的机构快速增加，其中有的机构不具备放贷资质且存在以不实宣传吸引客户、暴力催收以及收取超高额利息及费用（以下简称“息费”）等问题，这种行为的蔓延容易在局部地区引发金融风险和社会问题，扰乱经济和社会秩序。为此，中国互联网金融协会郑重提醒提供网络小额贷款服务的相关机构应合规发展、审慎经营，广大消费者应理性借贷、合理消费。

相关机构应当严守法律底线，不具备放贷资质的应立即停止非法放贷行为，具备合法放贷资质的应主动加强自律，合理定价，确保息费定价符合国家相关法律法规要求。同时，加强授信资质审核和风险管理，履行金融消费者教育义务，如实开展信息披露，对息费定价进

行重点提示，不得以不实宣传误导金融消费者接受与其风险认知和还款承受能力不相符合的服务和产品。相关机构应遵守国家法规，依法规范贷后催收行为，不得以暴力催收或骚扰无关人员。

广大金融消费者应注意学习了解金融知识和增强维护消费权益的意识，在购买金融产品和服务时应当认真阅读并了解相关服务和产品合同条款，评估自身还款能力，避免因过度负债造成征信污点和经济损失；对于显失公平的借贷合同，消费者可以通过民事司法手段予以撤销、变更，并运用法律手段维护合法权益；如发现非法金融活动，消费者应当向有关监管机关或中国互联网金融协会举报，对其中涉嫌违法犯罪的，应当及时向公安机关报案。（中国互联网金融协会）



## 警惕商家推销时的“免费组合拳”

### 案例：

北京80岁的李先生在报纸内发现夹有一张广告宣传单，称凡年满60岁的老人均可免费听健康讲座，同时可免费领取价值2360元的五行养生表一块、价值298元的智能手杖一根、价值128元的智能暖手宝一个。老先生一看有这么多免费项目就动了心，报名参加了该活动。最后，他以7680元的价格购买了两台某品牌的空气净化器及3张过滤网，得到了免费赠送的3件物品。

回家试机时，李先生发现其中一台空气净化器存在质量问题。李先生这才反应过来自己可能上当了：销售公司没有给发票，销售公司的具体名称和地址他也不知道。当李先生联系销售人员想要退货时，销售人员已不再接听他的电话。

### 点评：

仔细分析，不法商家的骗术并不高明，无非就是送面、送油、送老年人用的智能拐杖等；搞优惠促销活动，免费组织老年人听健康讲座。老年人看到有各种实惠时就放松了警惕，不知不觉中进入了不法商家布下的骗局。

### 案例：

罗女士已经退休多年，经常参加针对老年人组织的活动。前一段时间，一个老朋友邀请她参加一家公司组织的老年人聚会，说是有吃有喝还有玩，全都是免费的。

当晚，罗女士来到一家宾馆，参加了这次聚会。那天参加活动的老年人有200多人，场面很大，气氛很热烈，大家在一起吃饭、喝酒，还有人上台献歌献舞，好不热闹。当台上出现两位老年朋友现身说法时，一款“保健胶囊”就成了聚会谈论的重点。这时，每个餐桌上本来陪着的公司工作人员，摇身一变就成了推销员。

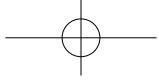
在觥筹交错的氛围中，在花言巧语的推销下，罗女士头脑一热，就这样花去3000多元钱，捧回6盒所谓的保健品。当然，拿回家吃了以后什么效果也没有，她只好将此当作是自己花高价钱出去玩了一次。

### 点评：

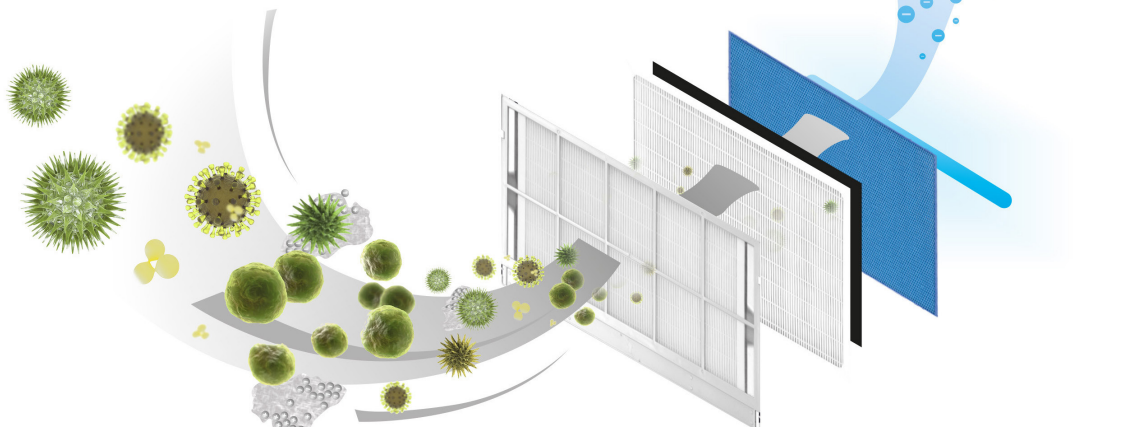
如今，违法推销保健食品的手法多种多样，其中以“免费”为诱饵，引老年人上当的手法最具有欺骗性。通过“免费”旅游、“免费”聚餐，把老年人吸引进去，营造轻松、快乐的氛围，让老年人放松心理防线，再以“免费”体检来编造那些子虚乌有的“毛病”。经过这一套“组合拳”下来，少有老年人能够招架得住。其实说穿了，天上哪能掉馅饼呢？商家哪能不赚钱呢？那些“免费”的馅饼，最终还是要花大价钱买的。

在此提醒老年消费者，遇到此类情况时，首先是不要着急掏钱购买，要捂紧钱袋子，掌握主动权；其次即使真想购买，也要看一下产品上的相关批准文号等；再其次是买得少一点，即使上当，损失也少；最后是要开正规发票，留存证据。（中国工商报）





## 选择空气净化器 专家告诉你窍门



9月14日，由中国消费者协会指导，《中国消费者》杂志社主办的“室内空气净化器消费教育研讨会”在北京召开。来自国家工商总局、国家疾控中心、中国家电研究院、北京等8省市消协组织等部门及相关公司的代表，针对空气净化器上市“重销量、轻质量；重销售、轻售后；重耐用、轻体验；重防尘、轻舒适”等问题，进行了研讨。

目前，我国净化器领域消费者反映比较强烈的问题主要体现在：一是企业众多如雨后春笋，但不少是昙花一现，已经出现购买产品后买不到滤网等耗材的“净化器孤儿”；二是产品一哄而上宣传不实，炒概念现象存在，消费者购买此类产品如同鸡肋；三是售后服务滞后，消费者手中的净化器产品得不到有效服务，有的净化器净化效果降低，成为摆设，有的甚至成为二次污染源。

中国室内环境净化治理专业委员会研究员戴自祝介绍，“预计2017年中国空气净化器市场空间将达190亿元，今年上半年空气净

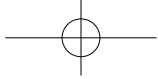
化器零售额已达到84亿元，同比增长39%”。

就消费者如何选购净化器产品，与会代表基本达成共识，建议消费者做到“四要三不要”。四要是指，一通过正规渠道购买正规商家的产品，购物环节注意索要并保存好发票等有效购物凭证；二消费者在选择空气净化器产品时，应当购买执行新国标的产品，选择明确标注CADR（洁净空气输出比率）、CCM（净化器累积净化量）、高能效，低噪音的产品；三注意识别商家的宣传噱头，尤其是在宣传中经常出现的去除甲醛有效率、医用级别、抗菌、除菌等，凡此种种，商家应当出具第三方专业机构的检测报告，消费者要做到辨真识伪、谨慎选择；四根据自身实际需要选择空气净化器产品，并非越贵越好，标注值越高越好，要根据实际需求，如适用面积，以及净化需求来选择。很多标称除霾空气净化器产品不一定具备去除甲醛的功能，如果为了去除因装修导致的甲醛等污染，建议消费者选择CCM数值尽可能高的除甲醛空气

净化器产品。而三不要是指，一不要滤网更换困难的产品；二不要选噪音大的产品，影响舒适度，特别是不便夜间使用；三不要选能耗高的产品。

“生产经营者应该提供质优价廉的产品及高质量的服务，在广告宣传方面要客观传递准确的产品信息，不要夸大产品性能；也要更多地倾听消费者诉求，一方面是对消费纠纷的妥善处理，另一方面要把消费者对产品质量的需求作为提高供给质量、改善供给结构的重要信息。”国家工商总局消保局综合处处长潘海峰强调。

中国疾病预防控制中心环境所研究员尚琪表示，除了使用室内空气净化器外，消费者也要加强环境保护的意识，室外大气环境与室内环境质量具有极大的关系。同时，不要忽略个人及家庭生活方式。室内吸烟、非正确使用抽油烟机、经常使用清洁剂等家用化学品等都会造成室内污染物短期内达到高浓度，以致损害身体健康。（中青在线）



## 消费者如何选购牙膏

我们平时刷牙都习惯一支牙膏刷到底，然后再换新的牙膏，但是医学证明，牙膏的使用要早晚不同，效果更好。

大部分口腔问题是由细菌引起的，人体口腔分泌的唾液具有杀菌功能。在白天，唾液分泌量是晚上的3—4倍，容易抑制细菌产生。因白天进食多，口腔内易残留食物残渣。所以，白天所用的牙膏应该注重清洁功能，去除异物和异味，提高牙龈组织的抗病能力。

当人处于睡眠状态时，唾液腺分泌不足，干燥会导致口腔酸化。这种情况下，很容易繁殖口腔细菌，从而引发各种口腔问题。因此，晚上用的牙膏应以抑菌杀菌为主，以减少可供细菌滋生的营养物质，预防龋病。

可见，不同品牌的牙膏，作用不同。下面介绍几种牙膏，消费者在选购时，可做到有的放矢。

1. 中草药牙膏：它是在普通牙膏的基础上添加了中草药，如金银花、两面针、田七、黄芩等具有消炎止血作用的药物，有助缓解牙龈的炎症。牙龈经常出血的人，不妨选用中草药牙膏，可以起到固齿保健的作用。

2. 含氟牙膏：含氟牙膏在市场上非常多见，它是在普通牙膏的基础上，增加了氟化物成分。使用含氟牙膏可使龋齿患病率降低20%—60%。已经证实，氟具有明确的预防龋齿的作用。但要，氟是具有双面性的，如果人体吸收过多会引起氟中毒，因此每次使用含氟牙膏切勿超过1厘米。对于高氟



### Focus

白天所用的牙膏应该注重清洁功能，去除异物和异味，提高牙龈组织的抗病能力。

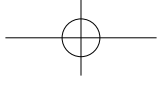
地区的人来说，为了避免过度摄入氟，一般不要使用含氟牙膏。3—4岁前的儿童，为了防止在刷牙时吞咽牙膏，造成氟的过量摄入，最好不要使用含氟牙膏和其他药物牙膏。

3. 消炎药物牙膏：在普通牙膏的基础上加入某些抗菌药物，如洗必泰牙膏、康齿宁牙膏等。这些药物一般都具有消炎抗菌作用。药物牙膏对口腔疾病虽有一定的作用，但如长期使用消炎护齿类牙膏，会

使口腔中的致病菌产生抗药性，而且在杀灭一些病菌的同时，还会杀灭口腔中的正常细菌。另外，许多药物牙膏中含有生物碱和刺激性强的物质，长期使用，会损害口腔内的娇嫩粘膜，还会因长期不断的较强刺激，使牙龈、口腔、舌头、口唇、咽喉等处发炎。

4. 去垢增白牙膏：美白牙膏仅有助于去除牙齿外源性色斑，对四环素牙、氟斑牙等由于牙齿发育异常所导致的深层内源性色斑没有效果，因此美白牙膏更适用于长期喝茶、喝咖啡或吸烟的人。这类牙膏中含有过氧化物或羟磷灰石、高档硅等物，帮助去除牙石，增加牙齿洁白效果。一般来说，牙膏的膏体呈冻状的、质地比较细腻光滑的，通常是用高档硅作摩擦剂，对牙釉质磨损少。辨别时，可以把牙膏放在口中尝一尝，若感觉粗糙，需要多次漱口才能清除的，大多内含的摩擦剂比较粗糙，建议不用。

5. 防过敏牙膏：在牙膏中加入脱敏成分，减轻牙齿遇冷热酸甜发生的过敏性疼痛的症状。专家称，牙膏包装上提到的美白、脱敏、止血等功效，都只是辅助性的。想要美白牙齿，要从生活习惯入手，少抽烟，喝完茶要漱口；牙齿过敏的人，少吃酸冷食物，别咬坚硬东西；如果长期牙龈出血，可能是牙周疾病的信号，应该去医院对症治疗，千万别把希望寄托在牙膏上。（安徽日报）



## 学几招挑出好挂面

蔬菜挂面、鸡蛋挂面、杂粮挂面……如今，市面上的挂面种类繁多，让人眼花缭乱，什么样的才是好挂面？又该如何挑选呢？

**问题1：**挂面颜色越白的越好吗？

**解答：**洁白的挂面更能引起食欲和购买欲望，但天然面粉的颜色本应发黄发暗，雪白的挂面要么是经过氧化剂处理，把其中含有的黄色类胡萝卜素氧化了；要么是面粉制作过于精细，去掉了太多营养价值高的外层部分，所以颜色就显得更白。建议大家选择略微发暗、发黄的面条。

**问题2：**颜色鲜艳的蔬菜挂面、鸡蛋挂面等营养比普通挂面高吗？

**解答：**绿色的蔬菜挂面、橙色的胡萝卜挂面……如今，市场上有很多打着各种营养宣称的挂面。商家说这些挂面加了蔬菜汁，富含叶绿素和胡萝卜素，但这些物质见光易分解，长时间储藏颜色会越来越浅，营养素含量越来越低。不管是香菇、菠菜、芹菜还是西红柿，经过打汁、和面、干燥等制作过程，维生素类营养素几乎损失殆尽。至于鸡蛋挂面，多半是用蛋黄粉制作，更易保存运输，但会损失部分鸡蛋中的营养成分。一般来说，颜色过于鲜艳的挂面，如果煮过后明显变浅，可能添加了色素。饭店现场用蔬菜汁制作的面条，吃一些无妨。



### Focus

买挂面时看好配料表，尽量选择“钠”含量低的；尽量不使用自带粉包、酱包的，以免摄入额外的盐分及增味剂、动物油脂等。

**问题3：**粗粮挂面真能帮助控制血糖吗？

**解答：**荞麦挂面、绿豆挂面等粗粮挂面吸引了很多消费者。如果真的是用高比例杂粮制成的，确实会有一定的控血糖作用。但大部分杂粮不含面筋蛋白，没有韧性，难以制成挂面。市面上很多产品的杂粮比例很低，营养价值和普通面条差异不大，对餐后血糖的影响也很小。买粗粮挂面要看配料表，粗粮最好在第一位。还要看配料带不带“精”字，比如“绿豆精粉”或“精制绿豆粉”，这样的挂面已经丢失大部分维生素和矿物质。

**问题4：**水煮面吃起来没啥味道，是不是意味着不含钠？

**解答：**食物中的钠不仅存在

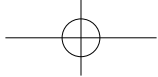
于食盐（氯化钠）中，所以吃起来不咸的挂面不代表含钠低。生产挂面往往要加入氯化钠和碳酸钠（食用碱），以此提高筋度和延展性。市面上的挂面都会在配料表标注“钠”含量，多数挂面里的盐都不少，含量从每100克占8%到60%不等。买挂面时看好配料表，尽量选择“钠”含量低的；尽量不使用自带粉包、酱包的，以免摄入额外的盐分及增味剂、动物油脂等。此外，氯化钠能让面条更白亮，有利于缩短煮熟时间，所以太白的面条也可能钠超标。

**问题5：**口感筋道的就是手工制作的挂面吗？

**解答：**挂面是否筋道，主要与面粉中蛋白质的含量有关，而这些又和小麦的品种有关。如果面粉中蛋白质含量高，在什么添加剂都不加的情况下，其韧性和弹性也很好。但市面上很多口感筋道的面，一方面是加入了食盐与食用碱，让蛋白质之间的相互作用增强，但碱会破坏B族维生素；另一方面，可能是掺入各种添加剂，比如质地改良剂，过量摄入可能不利健康。自家做面条，在和面时加个鸡蛋，蛋清蛋白能让面条更筋道。

**问题6：**什么样的才是好挂面？

**解答：**挑选好挂面，一要看，光泽度好，匀称一致不粘连，配料表没有多余添加剂，颜色不过白；二要闻，有自然面香，无霉味、异味；三要煮，不粘锅，出锅后色泽透亮，呈淡黄色。（生命时报）



## 专家教你看懂化妆品成分表

记者：经常使用化妆品的朋友，你有没有因化妆品广告中的某个神秘成分就乖乖地掏钱包？会不会因商家宣传的其化妆品中含有某种珍贵中草药提取物，就沉浸在自己使用后秒变“天仙”的遐想中？

为此，记者专访了化妆品药用植物原料研究方面的资深专家、中国医学科学院药用植物研究所研究员石钺博士，请他教我们认识化妆品成分标识。

石钺博士：国家质量监督检验检疫总局和国家标准化管理委员会2008年发布的《消费品使用说明 化妆品通用标签》（GB 5296.3-2008）规定，从2010年6月17日起，所有在中国境内生产和进口报检的化妆品，都要在产品包装上明确标注产品配方中加入的所有成分名称。这首先是给予消费者知情权；其次是提供更全面的信息，便于消费者选择自己喜爱的产品。

按国家相关法规要求，化妆品成分表所显示的主要成分，以1%为界，原则上按所含剂量的多少降序排列。加入量大于1%的成分，按加入量从多到少排列，越在前面的成分，代表其含量越高；加入量小于和等于1%时，可按任意顺序排列。

有些主打中草药成分的化妆品，其产品成分标识表非常长，动辄几十、上百种物质，但所宣称的植物、天然概念，大部分都是一种概念性原料，添加量很低。我们目前正着手研究一种化妆品原功效成分含量的检测方法，未来或可检测

出这些宣称的功效成分添加量的确切数值。

需要注意的是，一些中药、植物成分，往往都有很深的颜色和强烈的气味，如果那些性状外观依然为乳白色或透明状的产品，基本可以判断相关成分添加量很小。如红景天浸泡液为红褐色，宣称含有该成分的面霜或乳液如果仍为乳白色的话，那红景天的添加量就极其有限了。

目前在售化妆品中，只要产品成分有某个功用，一般都会被当作卖点来宣传。例如一些韩国品牌化妆品，宣称加入了上百种植物提取物，但所有这些添加物加起来，含量可能还不到1%，功效几乎可以忽略不计。

另外，根据化妆品成分排序来判断成分添加量的做法很难立住脚。因为品种不同，主要成分的添加量就有很大差别，只能根据降序排列规律得到一个相对多少的概念，而很难判断出绝对量。如化妆水，其90%的含量都是水，其他成分含量很少；膏霜状产品，其

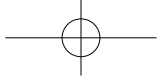
水含量就会低一些。

对于成分表排序特别靠后的成分，厂商还一再强调富含该成分，那消费者就要敬而远之了。如秋冬季护理皮肤的保湿产品，起保湿作用的主要是一些低级醇、甘油、丁二醇等，并不是商家宣称的植物成分。

有些化妆品品牌商惯用的伎俩是，宣称其产品最好成套使用，以便最大程度发挥产品功效，如洗发护发产品、化妆水和乳液、精华液和面霜，这其实是一种捆绑销售的纯商业行为。只要是可独立使用的化妆品，在进入使用环节后，化妆品的混合仅仅是物理混合行为，极少会出现所谓的化学反应，其不同皮肤上所表现出的使用差异，基本都是源于产品中所含功效成分与皮肤个体差异之间相互作用的结果。

所以，消费者在为一些所谓的植物提取物、中药添加成分买单时，有必要多看一眼化妆品全成分标识。（中国医药报）





## 海淘美白丸真能让你由内而外地白吗？



俗话说“一白遮百丑”，东方人对白皙皮肤的追求由来已久。前有杨贵妃秘制美白“洗面奶”太真红玉膏，后有慈禧太后配制的私家美白面膜“玉容散”，再到今天各种高科技研发出来的美白产品，每一代女性都在孜孜不倦地寻找着适合自己的美白法宝。如今，海淘美白丸成为很多女性的选择。小小一粒药丸吃下去就可以由内而外地使肤色变白，比起只做“表面功夫”的美白产品高阶了不少。美白丸真能让你由内而外变白还是白白交了“智商税”？

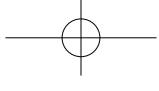
**美白丸秘方并无神秘之处**  
在电商平台上搜索“美白

丸”，除了非常知名的“白兔美白丸”和“Pola美白丸”之外，还可以搜到不少来自法国、澳洲的美白丸产品。这些美白丸产品几乎都号称含有某种专利配方，正是这种核心配方才可以让服用者达到全身美白、去黄气、提亮肤色等效果。但是大多数美白丸无外乎都含有半胱氨酸、维生素C这几类主要成分。

据食品工程博士云无心介绍，人体内组成蛋白质的氨基酸中有一种酪氨酸，我们的皮肤之所以会生成黑色素，和酪氨酸酶的作用有关。在这种酶的帮助下，皮肤中的酪氨酸经过一系列反应就会生成黑色素。再加上紫外线的照射，这个

反应就会加剧，这也是为何长时间曝露在阳光下容易晒黑的原因。不过，黑色素有两种类型，一种是真黑色素，另一种是褐黑色素，两者通常按照一定比例处于平衡状态。如果皮肤中的半胱氨酸和谷胱甘肽含量增高，这两种黑色素的平衡就会被打破，真黑色素会向褐黑色素倾斜，皮肤的颜色就会变浅一些。半胱氨酸可以由甲硫氨酸转化而来，且广泛存在于各种食物中，人们每天从常规食物中就能获得几百毫克以上的半胱氨酸。

至于维生素C，它被作为一种经典的抗氧化剂，被认为可以清除自由基，有助于皮肤健康。很多蔬菜水果中都富含维生素C，一般成



年人每天摄入100毫克就已足够。美白丸所推崇的理念，就是除了从膳食中摄入的半胱氨酸和维生素C，每天再额外摄入一些，进而达到减少真黑色素生成的目的，从而达到使肤色变白的效果。

云无心表示，这些成分其实都不是什么神奇物质。半胱氨酸可以通过水解毛发得到，这种工艺价格便宜但容易让人产生不适，因此很多美白丸号称其所含有的半胱氨酸是生物发酵得到的。食品级的半胱氨酸市场价格每公斤大约在一百多人民币，维生素C则更是“白菜价”，动辄销售上百元的美白丸其成本实际上并不高昂。

### 原生基础肤色是改变不了的

对于一些人质疑“美白丸”是否足够安全的问题，云无心表示，美白丸的美白理论如果没有临床试验证据的支持，就没有说服力。他介绍，欧洲食品安全局在2010年发布了关于“半胱氨酸、甲硫氨酸或者二者同服有助于维护皮肤”功能宣称的专家意见，认为申请者没有提供可以支持该宣称的人体研究。所提供的体外实验证据不足以预测服用半胱氨酸、甲硫氨酸或者二者同服能够产生维护皮肤的效果。

“对于许多人来说，没有证据证明它有用并不意味着它没用——基于这种逻辑，很多人还是愿意去尝试。毕竟，这些东西都在常规食物中广泛存在，不管有效无效，至少没啥安全方面的担心。但人体不是化学反应器，吃进去的东西并不会乖乖地跑到你想要它到的地方，

更不会按照你的期望去参与你想要的反应。”

皮肤科专家表示，所有的美白措施不论是医学手段还是生活美容，都不能改变人原生的基础肤色，原生基础肤色中固有的黑色素是遗传注定的，而所有后天的“美白”措施都只是避免和尽可能将由紫外线、药物等外界因素诱导的过度色素沉着降到最小。所谓“由内而外地变白”其实是一种误导，后天努力只能让皮肤恢复到原生基础肤色，这就如同黑色人种不可能通过“美白”变白。

### 气色好比白更重要

尽管东方女性喜欢皮肤白，但这也是嫩白、健康的白、有光泽的白。有一种白叫“病态白”，皮肤虽然很白，但却是不正常的苍白。

好气色往往比单纯的白更健康。而面色是否红润与皮肤的供血关系十分密切。食品科学博士范志红介绍，皮肤的血管非常细，而且居于身体的最外层。如果贫血或者血液循环效率低下，皮肤就得不到足够的营养和氧气，无法透出红润的光泽，显得黯淡枯干。要提高微循环的效率，就需要足够的运动。运动能改善心肺机能，让血液能充分供应到最远的末梢血管。

面部皮肤是否暗淡还与三餐饮食密切相关。过度节食会导致营养不良，让皮肤干枯或水肿；每日贪吃煎炸，或调味过重，会让皮肤失去清爽状态；肉类过多，主食精白，蔬菜和杂粮过少，也容易造成皮肤粗糙长痘的情况。仅仅梦想靠吃一两种“美容食物”来解决为题，而不是调整整体的膳食结构，

往往收不到想象中的美丽效果。

皮肤是否清爽和光泽还与身体的消化吸收、排泄和解毒功能密切相关。消化吸收好的时候，食物中的养分能充分吸收，面色就有光泽；消化功能差，食物中没有充分消化的部分进入身体之后会增加肝脏负担，甚至引发免疫反应。食物残渣从大肠排出，吸收之后经过肝脏处理的毒物和废物从肾脏排除。如果这两条排泄途径的功能不尽如人意，那么皮肤的清爽也就无从保证了。

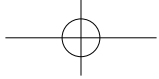
改善肤色从平时做起，而且非常“廉价”。每天保证吃一斤蔬菜、半斤水果，主食当中至少三分之一是粗粮、豆类或薯类。这些食品可以供应充足的膳食纤维，帮助我们排除污染、畅通肠道。这些食品还给我们提供足够的抗氧化成分，它们能预防皮肤出现斑点和暗沉。

每周吃红肉的总量控制在7两到1斤的范围里，减少煎炸和油腻，调味清淡，减油减盐，远离甜食和甜饮料，能帮助女性既远离贫血问题，又避免皮肤粗糙油腻。

每天保证半小时让身体发热的运动。改善血液循环，强化心肺机能，就等于给我们的皮肤输送更多的养分和氧气，还能让肌肉紧实，内脏脂肪比例下降。这样就能避免面部过早下垂，预防双下巴，显得年轻有活力。

保证体重长期维持基本稳定。经常饥饿减肥，减肥后又反弹，是最伤皮肤的。

每天11点前躺下休息，尽量避免熬夜。同时还要保持好心情，无论遇到什么，不纠结，不郁闷，是最好的美容药。（北京晨报）



## 消费者如何规避装修“三大坑”



岁末年末，家庭装修又将迎来一波小高潮。但装修猫腻太多，从买材料、施工到验收，各个环节稍不留意就会中招。据中消协不完全统计，2017年前三季度，全国有关行政管理部门共立案查处2762件涉及家装的违法案件。

根据这些案件，记者整理出装修中消费者最容易忽视的三大“陷阱”，以帮助消费者规避这些坑。

### “游击队”冒充“正规军”

“因为遇到不靠谱的装修公司，我等了一年多还没有住进新房。”提起自身经历，江苏徐州市消费者王先生就生气。

去年6月份，王先生与一家装饰公司签订了装修合同，缴纳定金6700元，要求装修公司于当年10月28日前出具设计方案。几

个月后，当王先生找到装修公司索要设计方案时，装修公司要求王先生必须交清30%首付款才提供设计图，否则前期缴纳费用不退。当王先生交齐30%首付款合计21000元后，装修公司还是没有出具设计图。

“经过半年多沟通，装修公司出具了设计图，也再三承诺不满意可以再改。但一年多过去，他们仍不能出具合格的设计方案。”王先生只好要求与装修公司解除合同并退还缴纳的21000元首付款，却遭到装修公司拒绝。今年8月10日，王先生投诉到徐州市消费者协会。在消协调解下，由经营者一次性退还消费者王先生现金20000元。

“中消协统计显示，在今年前三季度2000多起家装投诉案件中，63.7%的案件涉及市场销售，其中包括无证经营、伪造产品产地、伪造或者冒用产品标识

等问题。”中消协投诉部主任张德志表示，由于家居家装行业市场准入门槛低，大量缺乏资质的经营者甚至“打游击”承揽家装业务，部分经营者缺乏诚信，或低价揽客，或无序竞争，服务质量参差不齐，不仅严重影响消费者消费品质，损害消费者合法权益，引发消费者投诉，而且影响行业整体形象，使消费者对装饰装修消费心存顾虑，正规运作的企业业务量也被动减少。

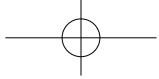
他建议，消费者选购装修服务和建材商品时要选择信誉可靠、质量好的商家，查验其证照和资质等级证书是否齐全。消费者也可以通过国家企业信用信息公示系统查看其是否按时参加企业年报、有无行政处罚记录等信息，或者可以通过一些家装网站了解其口碑、知名度和信誉度等。

### 优惠合同有伏笔

近年来，不少家装公司为招揽客户，推出套餐、团购价等低价策略吸引消费者。

这种装修模式主要是通过通过对主辅材料、家具、配饰等产品的整合，根据不同套餐额度提供相应的装修方案，同时还可以根据消费者个性化的需求作出调整，让不少消费者很心动。

但装修公司往往没有告诉消费者，“套餐仅供参考”，在消费者交意向金、预付款或者定金后，装修设计人员会根据上门测量结果，出具“真实的”装修预



算。这笔费用通常远远高于消费者选定的套餐，但此时如果消费者不认可，经营者就有各种理由不退还消费者所交预付款。

广东广州市消费者戴先生就差点吃了这个亏。“2016年5月份，我看到广州天蒂家室内设计股份有限公司做的‘99800元全包80平方米的三房二厅一厨一卫全屋装修’广告，就在门店开业当天到店了解具体情况。”戴先生回忆说，“销售员告诉我开业当天交10000元，就可享受99800元全包套餐。”

于是，戴先生当日在门店签订《预定合同》并支付10000元。后来的事情只能用“糟心”来形容。

“交钱后，公司就没有了声音，我催了很多次，一直到7月份，公司才安排工作人员上门测量，此后则再无进展，承诺的全包套餐内以各种‘不包’拒绝兑现。”最让戴先生愤怒的是，他提出解除合约时，被告知该10000元属于定金，如消费者要求解约则定金不退回。

今年3月15日，戴先生向广州市消费者委员会投诉，诉请解除合同并退回定金。经调解，公司同意退款8000元。

张德志介绍，今年前三季度的装修案件中，11.4%有关虚假宣传问题，比如促销活动的广告和其他宣传，内容不真实、不合法、不清晰，使用含糊、易引起误解的语言、文字、图片，有些合同还以保留最终解释权为由，损害消费者的合法权益。

他建议，消费者在与家装公

司签订合同时，内容要明确、详细、可操作，比如在装修套餐合同中，应标明家装涉及材料的品牌、型号，不能笼统地用“国内名牌”“国际名牌”之类的字眼代替。如果委托装饰公司选择建材的话，要妥善保存装饰公司提供的预选材料样品，以便日后检查对照。合同中要详细注明施工工期、质量要求、装修材料明细表等，同时还要约定好违约金的赔付比例，要明确工程延期装修的违约金。

#### 看不见的工程漏洞

好不容易能住进新家了，却看到鼓起来的瓷砖、不平整的墙面、漏水的马桶，业主心情肯定不会好。根据中消协的统计，24.9%的装修案件是有关家装质量问题，一是安装不合格；二是管线等隐蔽工程铺设不合格；三是墙面、地面不平，瓷砖空鼓、墙面裂缝等。还有些投诉是关于产品质量的，包括“在产品中掺杂、掺假，以假充真，以次充好，或者以不合格产品冒充合格产品”“生产、销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准”等。

福建消费者林女士就遇到了装修质量问题。2017年7月19日，林女士到福建省消费者权益保护委员会投诉称，2013年9月21日，福州市汇恒电器有限公司为林女士家安装地暖，并负责地热采暖生活热水的安装调试和售后保养维护。

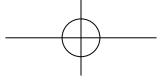
地暖设备安装完成后，试运行期间水压不断降低无法正常

运行，多次调试维修均未找到原因，导致林女士无法正常使用地热采暖。“经过反复检测，才发现是地热管线有个接头漏水。挖开地板石材、地砖，重新焊接漏水点后，还是无法使用。”更让林女士无法接受的是，经电器公司售后主管再次检测，发现整根地热主管的所有接头都漏水，水渗透至全套房子地板和楼下邻居天花板上。

林女士要求电器公司赔偿5万元，双方达成和解意向，电器公司始终以各种理由不予支付。林女士投诉到福建消委会。经调解后，电器公司赔偿了林女士各项损失共计人民币5万元。

“一套房子在装修后，至少5年至10年不会大动。但很多装修中的问题，收房时看不出来，使用一段时间后会慢慢暴露。”张德志特别提醒消费者，为保障今后出现装修质量问题时能够顺利得以解决，一定要与装修公司签订工程保修协议书，明确保修项目、保修期限等相关事宜。

“根据《住宅室内装饰装修管理办法》第六章第三十二条的规定：在正常使用条件下，住宅室内装饰装修工程的最低保修期限为二年，有防水要求的厨房、卫生间和外墙面的防渗漏为五年。”张德志建议，消费者与家装公司签订工程保修协议书时，要将《住宅室内装饰装修管理办法》规定纳入其中，以保证家装服务质量。如果能同经营者协商，延长相应的保修期，就更好了。(经济日报)



## “一经售出概不退款”霸王条款如何破解？

消费者一旦交了钱，无论是商品还是服务不满意，往往只能忍着。想投诉，可商家振振有词：“一经售出，概不退款。”这种霸王条款真的合理吗？

### 案例

刘女士在某美容院办了一张为期三个月的纤体疗程卡，当时店内的宣传单中宣传称，消费者一个月可减轻体重5公斤，三个月可减重10公斤。刘女士接受服务一个月后发现体重只减轻了0.5公斤，觉得效果并不理想，于是向美容院提出退卡的要求，但美容院以当初与其签订的纤体服务协议上注明“本疗程卡一经售出，概不接受任何理由的退款”为由，拒绝了刘女士的要求。刘女士不知道：合同上有这个格式条款，消费者还能不能要求商家退款？

### 分析

那么，这家美容院的协议条款规定有法律依据吗？

《消法》第二十条规定：“经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。”换言之，经营者提供的信息，不仅要保证真实性，还要保证其提供的信息是涵盖了可能影响消费者购买商品或者接受服务的消费意愿全面性的重要信息。



本案例中，美容院的宣传单仅说明服务可能达到相对较为理想的纤体效果，并没有指出该效果存在着个体差异，即实际效果会根据每个人的体质而有所变化。这无形中就对刘女士的消费意愿产生了误导。

不仅如此，美容院“一经售出，概不退款”的霸王条款也不合理。

《消法》第二十六条明确规定，经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。格式条款、通知、声明、店堂告示含有上述所列内容的，其内容无效。

本案例中，美容院在与刘女士签订的纤体服务协议上标注的“本疗程卡一经售出，概不接受任何理由的退款”的条

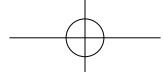
款，明显含有免除经营者损害消费者权益所应当承担的民事责任的内容。

因此，该格式条款是无效的。另外，该条款还违反了《合同违法行为监督处理办法》第十一条第一款关于“经营者与消费者采用格式条款订立合同的，经营者不得在格式条款中排除消费者依法变更或者解除合同的权利”的规定。

综上所述，美容院对刘女士存在误导消费的行为，纤体服务协议上的“本疗程卡一经售出，概不接受任何理由的退款”的格式条款无效。美容院应当按照刘女士的要求为其办理退卡。

如商家拒绝纠正其违法行为，工商机关可以依据《合同违法行为监督处理办法》第十二条的有关规定，对该美容院给予警告、罚款等处理。

(中国工商报)



近日，市消协召开儿童床、运动鞋、床上用品比较试验结果通报会，向参会企业通报儿童床、运动鞋、床上用品比较试验的样品来源、抽样程序、检测单位、测试标准及测试结果，并就企业如何提升产品质量水平提出有关建议。

11月29日，市消协召开2017年第二次维权工作培训班，全市17个区消协的相关人员共50余人参加培训。本次培训市消协邀请北京天威诚信数字认证中心律师郝萱讲解消费维权中涉及的有关证据问题，邀请北京市法学会电子商务法治研究会会长邱宝昌解读《电子商务法（草案）》有关内容，并阐述学术观点。朝阳区消协高碑店分会干部高岩松与参会人员分享了消费维权工作经验和技巧。

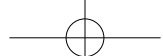


11月30日，市消协召开涂料比较试验结果企业通报会，向参会的涂料生产或经销企业通报本次涂料比较试验的样品来源、抽样程序、检测单位、测试标准及测试结果，并就企业提升产品质量控制水平提出建议，同时征求企业对测试结果的反馈情况。



12月7日，市消协召开“北京市消协系统2017年第四次投诉分析会”。城六区消协秘书长和投诉部负责人等20余人参会，会议讨论了各区消协近期受理的消费者投诉热点、难点问题，部分参会代表就重点问题进行专题发言，并进行深入交流。





# 欢迎关注“北京消协” 微信订阅号



“北京消协”是北京市消费者协会官方微信订阅号。这里有专业的案例点评，权威的消费提示，实用的消费技巧。

广大消费者可以通过以下三种方式关注“北京消协”订阅号。

- 一、搜索微信名称：北京消协
- 二、搜索微信账号：bjxx315
- 三、扫描上方微信二维码